

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEMENARIKAN AVATAR, DAN KUSTOMISASI  
AVATAR TERHADAP LOYALITAS PEMAIN AYODANCE DI  
JAKARTA DENGAN IDENTIFIKASI AVATAR, DAN ALIRAN  
SEBAGAI MEDIATOR**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: MIKHA DONOVON**

**NIM: 115180134**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MAJAMENEN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEMENARIKAN AVATAR, DAN KUSTOMISASI  
AVATAR TERHADAP LOYALITAS PEMAIN AYODANCE DI  
JAKARTA DENGAN IDENTIFIKASI AVATAR, DAN ALIRAN  
SEBAGAI MEDIATOR**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: MIKHA DONOVON**

**NIM: 115180134**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MAJAMENEN**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2021**

# SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Mikha Donovan  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180134  
Program Studi : S1 MANAJEMEN  
Alamat : Jalan A.Yani Komplek Pasar Baru Blok B.4  
Delta Pawan, Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat  
Telp. -  
HP. 082252139469

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 29 Desember 2021



Mikha Donovan

### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

## HALAMAN PERSETUJUAN

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

### HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MIKHA DONOVON  
NIM : 115180134  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEMENARIKAN AVATAR,  
DAN KUSTOMISASI AVATAR TERHADAP  
LOYALITAS PEMAIN AYODANCE DI  
JAKARTA DENGAN IDENTIFIKASI  
AVATAR, DAN ALIRAN SEBAGAI  
MEDIATOR

Jakarta, 6 Januari 2021



(Dr. Cokki, S.E., M.M.)

## HALAMAN PENGESAHAN

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

### HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MIKHA DONOVON  
NIM : 115180134  
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEMENARIKAN AVATAR, DAN  
KUSTOMISASI AVATAR TERHADAP  
LOYALITAS PEMAIN AYODANCE DI  
JAKARTA DENGAN IDENTIFIKASI AVATAR,  
DAN ALIRAN SEBAGAI MEDIATOR

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 Januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Nuryasman M.N., S.E., MM
2. Anggota Penguji : RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si

Jakarta, 28 Januari 2022



(Dr. Cokki, S.E., M.M.)

## ABSTRACT

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

(A) MIKHA DONOVON (115180134)

(B) *THE EFFECT OF AVATAR ATTRACTIVENESS, AND AVATAR  
CUSTOMIZATION TO AYODANCE PLAYER LOYALTY THROUGH AVATAR  
IDENTIFICATION AND FLOW IN JAKARTA*

(C) *XVI + 98 Pages, 36 Tables, 8 Pictures, 13 Attachment*

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) *Abstract: The purpose of this study is to test the effect of avatar attractiveness and avatar customization to ayodance player loyalty and then test avatar identification as a mediation between avatar attractiveness and avatar customization to flow, and test flow as a mediation between avatar identification to player loyalty. The population of this research is 174 Ayodance players in Jakarta. Purposive random sampling method is used by distributing online questionnaires and then processed using smartPLS-SEM. The result of this study are avatar attractiveness cannot effect player loyalty but can have an effect when mediation through avatar identification and flow. Meanwhile, avatar customization can affect player loyalty through mediating or not.*

(F) *References 54 (1975-2021)*

(G) *Dr.Cokki, S.E., M.M*

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

(A) MIKHA DONOVON (115180134)

(B) PENGARUH KEMENARIKAN AVATAR, DAN KUSTOMISASI AVATAR  
TERHADAP LOYALITAS PEMAIN MELALUI IDENTIFIKASI AVATAR  
DAN ALIRAN

(C) XVI + 98 Halaman, 36 Tabel, 8 Gambar, 13 Lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kemenarikan avatar, dan kustomisasi avatar terhadap loyalitas pemain, serta menguji identifikasi avatar sebagai mediasi antara kemenarikan avatar, dan kustomisasi avatar dengan aliran, dan juga menguji aliran sebagai mediasi antara identifikasi avatar dengan loyalitas pemain. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 174 pemain Ayodance yang berdomisili di Jakarta. Metode *purposive random sampling* digunakan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dan setelah itu diolah menggunakan *smartPLS-SEM*. Hasil dari penelitian ini adalah kemenarikan avatar tidak dapat memengaruhi loyalitas pemain tetapi dapat memiliki pengaruh ketika melalui mediasi identifikasi avatar dan aliran. Sedangkan, kustomisasi avatar dapat memengaruhi loyalitas pemain baik melalui mediasi identifikasi avatar dan aliran ataupun tidak melalui mediasi.

(F) Daftar Acuan 54 acuan (1975-2021)

(G) Dr.Cokki, S.E., M.M

## **HALAMAN MOTTO**

Membiasakan yang benar, bukan membenarkan kebiasaan.



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Saya sendiri,

Seluruh lapisan keluarga,

Seluruh kawan dan rekan seperjuangan,

Seluruh pengajar dan pembimbing yang terhormat.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari beberapa kesulitan untuk menyelesaikannya. Dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Cokki S.E, MM., yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, motivasi, serta pengarahan yang sangat bermanfaat dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidiji Widodoatmodjo, S.E, MM., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Kepada Fhroni Said Setiawan, dan Mie Fon selaku Ayah dan Ibu saya yang selalu memberi dukungan lewat doa, motivasi, dan perhatian yang berlimpah sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Kepada Riry yang menghibur dan menyemangati saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
7. Kepada Clarita, dan Missy yang turut menemani dan memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman seperjuangan saya yaitu Krisan, Stephen, Calvin, dan Andre yang selalu menemani dan menyemangati dengan baik.
9. Kepada teman bimbingan Erik dan Darwin yang selalu mendukung dan turut

membantu dalam penyusunan skripsi.

10. Kepada seluruh anggota grup Anak Malam yang selalu mendukung dan menyemangati saya dalam penyusunan skripsi.
11. Kepada seluruh anggota grup untarian yang selalu membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan, mengingat kemampuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran pembaca akan bermanfaat bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Ketapang, 2 Januari 2022

Penulis,

Mikha Donovan

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.    PERMASALAHAN.....	1
1.    Latar Belakang Masalah.....	1
2.    Identifikasi Masalah .....	4
3.    Batasan Masalah.....	5
4.    Rumusan Masalah .....	5
B.    TUJUAN DAN MANFAAT .....	6
1.    Tujuan .....	6
2.    Manfaat .....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A.    GAMBARAN UMUM TEORI.....	8
B.    DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL.....	9
C.    KAITAN ANTAR VARIABEL-VARIABEL.....	15
D.    PENELITIAN YANG RELEVAN .....	20
E.    KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....	29
A.    DESAIN PENELITIAN.....	29
B.    POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL.....	29

1. Populasi.....	29
2. Teknik Pemilihan Sampel .....	29
3. Ukuran Sampel.....	30
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN.....	30
1. Kemenarikan Avatar .....	31
2. Kustomisasi Avatar .....	31
3. Identifikasi Avatar .....	32
4. Aliran.....	32
5. Loyalitas Pemain .....	33
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	33
1. Validitas.....	33
2. Reliabilitas .....	34
E. ANALISIS DATA .....	34
1. Multikolinearitas.....	35
2. Koefisien Determinasi .....	35
3. Predixtive Relevance .....	35
4. Analisis Hipotesis .....	35
5. Analisis Mediasi .....	36
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
A. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN.....	37
Jenis Kelamin .....	37
Jumlah Responden .....	37
Presentase.....	37
B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	40
C. HASIL ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	45
Kemenarikan Avatar.....	46
Kustomisasi Avatar .....	46
Identifikasi Avatar .....	46
Aliran .....	46
Loyalitas Pemain .....	46
D. HASIL ANALISIS DATA.....	47
E. HASIL UJI HIPOTESIS .....	48
F. PEMBAHASAN.....	55
BAB V PENUTUP .....	62

A.	KESIMPULAN .....	62
B.	KETERBATASAN DAN SARAN.....	62
1.	Keterbatasan .....	62
2.	Saran.....	63
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	63
	HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN .....	99
	.....	99

## DAFTAR BACAAN

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 79-211.
- Ajzen, I. dan Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Bailey, R., Wise, K. and Bolls, P. (2009), How avatar customizability affects children's arousal and subjective presence during junk food-sponsored online video games, *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 277-283
- Birk, M. V., & Mandryk, R.L (2019). Improving the Efficacy of Cognitive Training for Digital Mental Health Interventions Through Avatar Customization: Crowdsourced Quasi-Experimental Study. *Journal of Medical Internet Research*. 21(1):e10133
- Chang, I.-C., Liu, C.-C. and Chen, K. (2014), The effects of hedonic/utilitarian expectations and social influence on continuance intention to play online games, *Internet Research*, Vol. 24 (1), pp. 21-45. <https://doi.org/10.1108/IntR-02-2012-0025>
- Chen, J. (2007), Flow in games (and everything else), *Communications of the ACM*, 50(4), 31-34.
- Cheung, C.M.K., Shen, X.L., Lee, Z.W.Y. and Chan, T.K.H. (2015), Promoting sales of online games through customer engagement. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14 (4), 241-250.
- Chinomona, R. (2016). Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management*, 7(1), 2040-0705.
- Csikszentmihalyi, M. and Csikszentmihalyi, I.S. (1988), Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness, *Cambridge University Press*, Cambridge.
- Esportnesia. (2021, June 27). *Apa itu audition ayodance?*. Esportnesia.com. Retrieved September 22, 2021, from: <https://esportsnesia.com/penting/apa-itu-audition-ayodance-mobile/>
- Fishbein, M., and Ajzen, I. 1975. *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, Reading, MA: Addison.Wesley.
- Fong, K. and Mar, R.A. (2015), What does my avatar say about me? Inferring personality from avatars. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(2),237-249.

- Fu, X., Kang, J., Tasci, A. (2017). Self-congruity and flow as antecedents of attitude and loyalty towards a theme park brand. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(9), 1540-7306
- Getty, J.M & Thompson, K.N. (1994), The relationship between quality, satisfaction, and recommending behaviour in lodging decision, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 2(3), 3-22.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. United Kingdom: Pearson Education.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Henseler, J., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hoffman, D.L. and Novak, T.P. (2009), Flow online: Lessons learned and future prospects, *Journal of Interactive Marketing*, 23(1), 23-34.
- Jonason, P.K. (2009), The value of physical attractiveness in romantic partners: Modeling biological and social variables. *The Journal of Social Psychology*, 149(2), 229-240.
- KBBI. (n.d). Avatar. [Kbbi.kemdikbud.go.id](https://kbbi.kemdikbud.go.id). Retrieved September 22, 2021, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/avatar>
- Kim, C., Lee, S.-G., & Kang, M. (2012). I became an attractive person in the virtual world: Users' identification with virtual communities and avatars. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1663–1669.
- Kobsa, A., Koenemann, J., & Pohl, W. (2001). Personalised hypermedia presentation techniques for improving customer relationships. *Knowledge Engineering Review*, 16(2), 111–155.
- Kominfo. (2017). *Evolusi dan Klasifikasi Permainan Elektronik di Indonesia*. [Kominfo.go.id](https://kominfo.go.id). Retrieved September 20, 2021, from <https://aptika.kominfo.go.id/2017/03/evolusi-dan-klasifikasi-permainan-elektronik-di-indonesia/>
- Larson, R., Csikszentmihályi, M. and Graef, R. (1980), Mood variability and the psychosocial adjustment of adolescents, *Journal of Youth and Adolescence*, 9(6), 469-490.



- Liao, G.-Y., Cheng, T.C.E. and Teng, C.-I. (2019). How do avatar attractiveness and customization impact online gamers' flow and loyalty?. *Internet Research*, 29(2), 349-366. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2017-0463>
- Liao, G.Y. and Teng, C.I. (2017), You can make it: expectancy for growth increases online gamer loyalty, *International Journal of Electronic Commerce*, 21(3), 398-423.
- Li, D.D., Liao, A.K. and Khoo, A. (2013), Player-avatar identification in video gaming: Concept and measurement, *Computers in Human Behavior*, 29 (1), 257-263.
- Li, K., Nguyen, H.V., Cheng, T.C.E. and Teng, C.-I. (2018), How do avatar characteristics affect avatar friendliness and online gamer loyalty? Perspective of the theory of embodied cognition, *Internet Research*, 28(4),1103-1121. <https://doi.org/10.1108/IntR-06-2017-0246>
- Livingstone, S. (1998), Making Sense of Television: *The Psychology of Audience Interpretation*, Routledge, New York, NY.
- Lo, S.K., Lie, T. and Li, C.L. (2016), The relationship between online game playing motivation and selection of online game characters – the case of Taiwan. *Behaviour and Information Technology*,35(1), 57-67.
- Mahnke, R., Benlian, A. and Hess, T. (2015), A grounded theory of online shopping flow, *International Journal of Electronic Commerce*, 19(3), 54-89.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th ed.). Pearson Education.
- McCroskey, J.C. , Richmond, V.P. and Daly, J.A. (1975), The development of a measure of perceived homophily in international communication. *Human Communication Research* , 1(4), 323-332.
- Megaxus. (2021, September 20). *Liputan Media*. Megaxus.com. Retrieved September 20, 2021, from: <https://www.megaxus.com/liputan-media>
- Moon, J., Hossain, D., Sanders, L., Garrity, E.J. and Jo, S. (2013), Player commitment to massively multiplayer online role-playing games (MMORPGs): An integrated model. *International Journal of Electronic Commerce*, 17(4), 7-38.
- Novak, T.P., Hoffman, D.L. and Yung, Y.F. (2000), Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach, *Marketing Science*, 19(1), 22-42.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods For Business: A skill-building approach* (6th ed.). Wiley.

- Teng, C.-I. (2010). Customization, immersion satisfaction, and online gamer loyalty. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1547–1554 doi:10.1016/j.chb.2010.05.029
- Teng, C.I. (2013), How do challenges increase customer loyalty to online games?, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(12), 884-891.
- Teng, C.I. (2017a), Strengthening loyalty of online gamers: goal gradient perspective, *International Journal of Electronic Commerce*, 21(1), 128-147.
- Teng, C.I. (2017b), Impact of avatar identification on online gamer loyalty: Perspectives of social identity and social capital theories, *International Journal of Information Management*, 37(6), 601-610.
- Teng, C.-I. (2019), How avatars create identification and loyalty among online gamers: Contextualization of self-affirmation theory, *Internet Research*, 29(6), 1443-1468. <https://doi.org/10.1108/INTR-05-2018-0222>
- Trepte, S., & Reinecke, L. (2010). Avatar Creation and Video Game Enjoyment. *Journal of Media Psychology*, 22(4), 171-184.
- Wang, C.C. and Hsu, M.C. (2014), An exploratory study using inexpensive Electroencephalography (EEG) to understand flow experience in computer-based instruction, *Information & Management*, 51(7), 912-923.
- Wang, S., Hung, K., Li, M. and Qiu, H. (2021), Developing a customer loyalty model for guest houses in China: a congruity-based perspective, *Tourism Review*, 76(2), 411-426.
- Wikipedia, (2013). *Pemainan Daring*. Wikipedia.com. Retrieved September 20, 2021, from: [https://id.wikipedia.org/wiki/Permainan\\_daring](https://id.wikipedia.org/wiki/Permainan_daring).
- Wu, Y., Cui, T., Liu, N., Deng, Y. and Guo, J. (2018), Demystifying continuous participation in game applications at social networking sites, *Internet Research*, 28(2), 374-392.
- Westerman, D., Tamborini, R. and Bowman, N.D. (2015), The effects of static avatars on impression formation across different contexts on social networking sites, *Computers in Human Behavior*, 53, 111-117.
- Yee, N., Bailenson, J.N. and Ducheneaut, N. (2009), The Proteus effect: Implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior. *Communication Research*, 36 (2), 285-312.
- Zheng, X., Lee, M. and Cheung, C.M.K. (2017), Examining e-loyalty towards online shopping platforms: the role of coupon proneness and value consciousness, *Internet Research*, 27 (3), 709-726.
- Zhou, T., Li, H. and Liu, Y. (2010), The effect of flow experience on mobile SNS users' loyalty, *Industrial Management & Data Systems*, 110(6), 930-946.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Mikha Donovan  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Kristen  
Tempat/ Tanggal Lahir : Jakarta / 8 Februari 2001  
Alamat : Jalan Pasar Baru Blok B No. 4 Ketapang  
Riwayat Pendidikan : 2018 - sekarang Universitas Tarumanagara  
2015 - 2018 SMA PL Santo Yohanes  
2012 - 2015 SMP PL Santo Albertus  
2006 - 2012 SD PL Santo Yosef  
2004 - 2006 TK Widuri

# HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

12/28/2021

Turnitin

<b>Turnitin Originality Report</b>	 (Lerbin R. Aritonang R.) Manajemen Litbang FE UNTAR				
Processed on: 28-Dec-2021 18:04 WIB ID: 1736078659 Word Count: 12273 Submitted: 1	<table border="1"><tr><td>Similarity Index</td><td><b>12%</b></td></tr><tr><td><b>Similarity by Source</b></td><td>Internet Sources: 10% Publications: 2% Student Papers: N/A</td></tr></table>	Similarity Index	<b>12%</b>	<b>Similarity by Source</b>	Internet Sources: 10% Publications: 2% Student Papers: N/A
Similarity Index	<b>12%</b>				
<b>Similarity by Source</b>	Internet Sources: 10% Publications: 2% Student Papers: N/A				

PENGARUH KEMENARIKAN AVATAR, DAN KUSTOMISASI AVATAR TERHADAP LOYALITAS PEMAIN AYODANCE DI

JAKARTA DENGAN IDENTIFIKASI AVATAR, DAN ALIRAN SEBAGAI MEDIATOR By Sm Mikha Donovan 3% match (Internet from 14-Dec-2021)

<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13510/8262>

2% match (Internet from 14-Dec-2021)  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmieb/article/download/13283/8276>

2% match (Internet from 28-Jul-2021)  
<https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/download/1306/811/>

1% match (Internet from 24-Nov-2021)  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13134/8020>

1% match (Internet from 24-Nov-2021)  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13218/8091>

1% match (publications)  
[Ching-I Teng. "How avatars create identification and loyalty among online gamers". Internet Research, 2019](#)

1% match (Internet from 27-Nov-2020)  
<https://primadonakita.blogspot.com/2014/05/download-skripsi-pendidikan-bahaya-game.html>

1% match (Internet from 07-Nov-2019)  
<http://fadilahachmadsunii.blogspot.com/2016/12/game-development-perusahaan-game-online.html?m=0>

SKRIPSI PENGARUH KEMENARIKAN AVATAR, DAN KUSTOMISASI AVATAR TERHADAP LOYALITAS PEMAIN AYODANCE DI JAKARTA DENGAN IDENTIFIKASI AVATAR, DAN ALIRAN SEBAGAI MEDIATOR DIAJUKAN OLEH: NAMA: MIKHA DONOVON NIM: 115180134 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI S1 MAJAMENEN FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. PERMASALAHAN 1. Latar Belakanq Masalah Online Game (permainan daringq) adalah jenis permainan