

**HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PEMAIN *GENSHIN*  
*IMPACT* DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN *TOP UP***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi di Program Studi Psikologi  
Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia



Disusun Oleh:

Nabilah Putri Arisa

(2002968)

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2024**

**HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PEMAIN *GENSHIN  
IMPACT* DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN *TOP UP***

Oleh:

Nabilah Putri Arisa

2002968

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam  
memeroleh gelar Sarjana Psikologi

©Nabilah Putri Arisa

Universitas Pendidikan Indonesia

Desember 2024

©Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan  
dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nabilah Putri Arisa

2002968

**HUBUNGAN *PARASOCIAL RELATIONSHIP* DAN *SELF CONTROL*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PEMAIN *GENSHIN*  
*IMPACT* DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN *TOP UP***

Disetujui dan Disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing I



Gemala Nurendah, S.Pd., M.A.

NIP. 19830202 201012 2 002

Dosen Pembimbing II



Anastasia Wulandari, S.Psi., M.Psi., Psikolog

NIP. 19780208 2006042002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Psikologi



Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog

NIP. 19700726200312200

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul “Hubungan Relasi parasosial serta Kontrol Diri terhadap *Repurchase Intention* pada Pemain *Genshin Impact* Dewasa Awal dalam Melakukan *Top Up*” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya yang telah saya buat ini.

Bandung, Desember 2024

Yang membuat pernyataan,

Nabilah Putri Arisa

NIM. 2002968

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. yang Maha Kuasa atas rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa Sholawat serta salam dipanjatkan kepada Nabi besar kita yakni Nabi Muhammad SAW serta sahabat, keluarga dan umatnya. Skripsi yang berjudul “Hubungan Relasi Parasosial dan Kontrol Diri terhadap *Repurchase Intention* pada Pemain *Genshin Impact* Dewasa Awal dalam Melakukan *Top Up*” telah diselesaikan dan disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana para Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan Indonesia, Universitas Pendidikan Indonesia. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi wawasan ilmu untuk masyarakat. Penulisan skripsi ini tentunya jauh dari kesempurnaan, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Maka dari itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran konstruktif untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Bandung, Desember 2024

Peneliti,

Nabilah Putri Arisa

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dipenuhi oleh rasa syukur, dalam selesainya penelitian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan mereka, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyampaikan rasa syukur dan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog, selaku ketua Program Studi Psikologi.
2. Ibu Gemala Nurendah, S.Pd., M.A. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan serta arahan pada setiap tahap penulisan skripsi ini.
3. Ibu Anastasia Wulandari, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan masukan serta dengan sabar memandu penulis dalam setiap langkah pembuatan skripsi.
4. Pak Helli Ihsan, S.Ag., M.Si. yang sudah meluangkan waktu untuk konsultasi mengenai analisis dan pengolahan data selama pengerjaan BAB 4.
5. Orang tua, Ibu Syadiah dan Bapak Aris Munandar, yang telah memberikan doa serta dukungan tanpa henti. Serta sudah mendengarkan keluh kesah tanpa henti penulis mengenai perjuangan menyelesaikan skripsi ini.
6. Aica dan Lisna, yang telah banyak menemani selama perkuliahan berlangsung. Melalui kesulitan dan kebahagiaan bersama selama kuliah dan proses skripsi.
7. Sena, yang telah menemani penulis di ruang sumber untuk mengerjakan skripsi, bahkan hingga ruang sumbernya tutup.
8. Firdha, Rizva, Pute, Tsabitah, Teh Hani, dan Teh Salsa yang sudah bersedia meluangkan waktu menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis dalam proses pengolahan data skripsi.
9. Enje, Morla, Nurti yang sudah menjadi sumber dukungan mental di luar area perkuliahan.
10. Tenaga pendidikan di Prodi yang telah banyak memberikan bantuan dalam kelancaran dan kelanjutan skripsi di luar sesi bimbingan.

11. Komunitas *Genshin Impact* yang dengan sukarela telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini khususnya dengan mengisi dan menyebarkan kuesioner.
12. Stray Kids, telah menemani penulis dari tahun 2022 awal penulis merantau hingga sekarang dan telah mengadakan konser pada tanggal 21 Desember 2024 yang membuat penulis bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

## ABSTRAK

**Nabilah Putri Arisa.** *Hubungan Relasi parasosial dan Kontrol diri terhadap Repurchase Intention pada Pemain Genshin Impact Dewasa Awal dalam Melakukan Top Up.* Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung. (2024).

*Genshin Impact* merupakan *game open world* yang bisa dijelajahi oleh pemain yang memiliki karakter-karakter yang menarik secara fisik maupun kepribadian, serta diminati oleh banyak kalangan. *Genshin Impact* merupakan *game* yang memiliki *in-game purchase* untuk para pemain yang ingin membeli uang *in-game* untuk melakukan *gacha*, namun apabila dilakukan secara berlebihan maka itu akan berdampak terhadap individual *player Genshin Impact*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan Relasi parasosial dan Kontrol diri terhadap *Repurchase Intention* pada pemain *Genshin Impact* dewasa awal dalam melakukan *top up*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah partisipan sebanyak 650 responden pemain *Genshin Impact* dewasa awal yang melakukan *top up*. Teknik yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan desain studi korelasional. Peneliti menerjemahkan dan mengadaptasi skala *Multiple Parasocial Relationship Scale* yang dibuat oleh Tukachinsky (2010) serta *Costumer Spending Self Control* yang dibuat oleh Haws et al (2011), dan mengadaptasi *Repurchase Intention* dari skala yang dibuat Ningsih (2020). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearson Correlation* dengan menggunakan SPSS v27. Hasil penelitian yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel Relasi parasosial dan variabel *Repurchase Intention*. Tetapi, tidak terdapat hubungan antara variabel Kontrol diri dengan variabel *repurchase intention*.

**Kata Kunci:** *Parasocial Relationship, Self Control, Repurchase Intention, Genshin Impact*



## ABSTRACT

**Nabilah Putri Arisa.** *Relationship between Parasocial Relationship and Self Control on Repurchase Intention in Young Adult Genshin Impact Players in Top Up. Psychology Study Program, Faculty of Education, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung. (2024).*

*Genshin Impact is an Open World RPG game, an open world game that can be explored by players, has characters that are physically and personally attractive, and is loved by many people. Genshin Impact is a game that has in-game purchases for players who want to buy in-game money to do gacha, but if done excessively it will have an impact on individual Genshin Impact players. This study aims to determine whether there is a relationship between Parasocial Relationship and Self Control on Repurchase Intention in young adult Genshin Impact players in making Top Up. This study uses quantitative method with a total of 650 participants of Genshin Impact players who makes top ups. The technique used is a non-probability sampling technique with a correlational study design. The researcher translated and adapted the Multiple Parasocial Relationship Scale created by Tukachinsky (2010) and Costumer Spending Self Control created by Haws et al (2011), and adapted Repurchase Intention created by Ningsih (2020). The analysis method used in this study is Pearson Correlation using SPSS v27. The results of the study showed that there was a relationship between Parasocial Relationship and Repurchase Intention but there was no relationship between Self Control and Repurchase Intention.*

**Keywords:** *Parasocial Relationship, Self Control, Repurchase Intention, Genshin Impact*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>2</b>
<b>PENDAHULLUAN .....</b>	<b>2</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	2
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat/Signifikansi Penelitian .....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Relasi Parasosial.....	9
A. Kontrol Diri.....	11
<i>B. Repurchase Intention .....</i>	<i>14</i>
C. Kerangka Berpikir.....	17
<b>BAB III.....</b>	<b>22</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
A. Desain Penelitian.....	22
B. Partisipan Penelitian.....	22
C. Instrumen Penelitian.....	26
D. Prosedur Penelitian.....	30
E. Uji Asumsi Klasik.....	31
<b>BAB IV .....</b>	<b>31</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>

A. Hasil Penelitian .....	31
B. Pembahasan.....	48
<b>BAB V.....</b>	<b>58</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

### DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Instrumen Multiple Parasocial Relationship Scale .....	27
Tabel 3. 2 Kategorisasi Instrumen Multiple Parasocial Relationship Scale.....	27
<i>Tabel 3. 3 Kategorisasi Perhitungan Instrumen Multiple Parasocial Relationship Scale .....</i>	<i>27</i>
Tabel 3. 4 Instrumen Costumer Spending Self Control .....	28
Tabel 3. 5 Kategorisasi Instrumen Costumer Spending Self-Control.....	28
Tabel 3. 6 Kategorisasi Perhitungan Instrumen Costumer Spending Self-Control .....	28
Tabel 3. 7 Instrumen Repurchase Intention .....	29
Tabel 3. 8 Kategorisasi Instrumen Repurchase Intention .....	29
Tabel 3. 9 Kategorisasi Pengukuran Instrumen Repurchase Intention .....	30
Tabel 4.2. 1 Kategorisasi Relasi parasosial.....	31
Tabel 4.2. 2 Rata-Rata Dimensi Relasi parasosial .....	35
Tabel 4.2. 3 Demografis Relasi parasosial.....	35
Tabel 4.2. 4 Kategorisasi Kontrol Diri.....	38
Tabel 4.2. 5 Rata-Rata Dimensi Kontrol diri .....	39
Tabel 4.2. 6 Demografis Self Control .....	39
Tabel 4.2. 7 Kategorisasi Repurchase Intention .....	42
Tabel 4.2. 8 Rata-Rata Dimensi <i>Repurchase Intention</i> .....	43
Tabel 4.2. 9 Demografis <i>Repurchase Intention</i> .....	43
Tabel 4.3. 1 Uji Normalitas.....	31
Tabel 4.3. 2 Uji Linearitas.....	32
Tabel 4.3. 3 Uji Multikolinearitas .....	33
Tabel 4.4. 1 Uji Hipotesis X1 dan Y .....	47
Tabel 4.4. 2 Uji Hipotesis X2 dan Y.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambaran 2. 1 Kerangka Berpikir .....	19
---------------------------------------	----

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Nawasreh, S., & Andersson, A. (2022). *When You Wish Upon a Character Banner: An Exploratory Discourse Analysis of a Genshin Impact Player Community*. 1–34.
- Anwar, A.S., & Riyanto, K. (2024) Pengaruh Perilaku Konsumen, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Pada Minat Pembelian *Fashion Thrifting* di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara.
- Ardhiyansyah, A., Firdaus, F. F., & Aritejo, B. A. (2021). Analysis of the Influence of Factors Affecting Purchase Intention of Premium Items in MOBA-Type Online Games. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 4(2), 91–101. <https://doi.org/10.31002/rn.v4i2.3651>
- Astari, L., & Widagda K., I. (2020). Pengaruh Perbedaan Jenis Kelamin Dan Kontrol Diri Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Produk Parfum. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(3), 546–560.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : PUSTAKA BELAJAR.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248–287. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90022-L)
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). *The Strength Model of Deceit*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00534>.
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse Buying: Modeling Its Precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191. [http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80092-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80092-X)
- Bopp, J. A., Müller, L. J., Aeschbach, L. F., Opwis, K., & Mekler, E. D. (2019). Exploring emotional attachment to game characters. *CHI PLAY 2019* -

Nabilah Putri Arisa, 2024

**HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*Proceedings of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, 313–324. <https://doi.org/10.1145/3311350.3347169>

Cho, M., Bonn, M. A., Moon, S., & Chang, H. (Sean). (2020). Home chef meal kits: Product attributes, perceived value and repurchasing intentions the moderating effects of household configuration. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45(March), 192–202. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.08.011>

Chen, T. Y., Yeh, T. L., & Lee, F. Y. (2021). The impact of Internet celebrity characteristics on followers' impulse purchase behavior: the mediation of attachment and parasocial interaction. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(3), 483–501. <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2020-0183>

Chung, Donghun & deBuys, Brahm & Nam, Chang. (2007). Influence of Avatar Creation on Attitude, Empathy, Presence, and Para-Social Interaction. 711-720. 10.1007/978-3-540-73105-4\_78.

Cohen, J. (1997). Parasocial relations and romantic attraction: Gender and dating status differences. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(4), 516–529. <https://doi.org/10.1080/08838159709364424>

Cygames. (2014). Hideo Minaba (Character Design) Interview - Granblue Fantasy.

Doeim, A. R., Hassan, T. H., Helal, M. Y., Saleh, M. I., Salem, A. E., & Elsayed, M. A. S. (2022). Service Value and Repurchase Intention in the Egyptian Fast-Food Restaurants: Toward a New Measurement Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(23). <https://doi.org/10.3390/ijerph192315779>

Elvery, G. (2023). Undertale's Loveable Monsters: Investigating Parasocial Relationships with Non-Player Characters. *Games and Culture*, 18(4), 475–497. <https://doi.org/10.1177/15554120221105464>

Fadillah, M. F., & Sosialita, T. D. (2024). *ARTIKEL PENELITIAN PENGARUH Nabilah Putri Arisa, 2024 HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu*

*SELF-CONTROL TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL YANG BERMAIN GAME ONLINE.* Haws, K., Beardon, W. O., & Nenkov, G. Y. (2011). Consumer Spending Self-Control Effectiveness and Outcome Elaboration Prompts. *Journal of the Academy of Marketing Science, Forthcoming*, 40(5), 1–16. 10.1007/s11747-011-0249-2

Finkenauer, C., Engels, R. C. M. E., & Baumeister, R. F. (2005). Parenting behaviour and adolescent behavioural and emotional problems: The role of self-control. *International Journal of Behavioral Development*, 29(1), 58–69. <https://doi.org/10.1080/01650250444000333>

Gardner, W. L., Pickett, C. L., & Knowles, M. (2005). Social snacking and shielding: Using social symbols, selves, and surrogates in the service of belonging needs. In K. D. Williams, J. P. Forgas & W. von Hippel (Eds.), *The social outcast: Ostracism, social exclusion, rejection, and bullying* (pp. 227–242). New York: Psychology Press.

Ghufron, M. Nur and Suminta, Rini Risnawita (2010) *Teori-teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media, Yogyakarta. ISBN 978-979-25-4708-5

Gibson, C. L., Ward, J. T., Wright, J. P., Beaver, K. M., & Delisi, M. (2010). Where does gender fit in the measurement of self-control? *Criminal Justice and Behavior*, 37(8), 883–903. <https://doi.org/10.1177/0093854810369082>

Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4(3), 279–305. [https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403\\_04](https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403_04)

Gumeular, A. T., & Eryani, R. D. (2016). Studi Deskriptif Mengenai Impulse Buying pada Gamers Game Online Dragon Nest Kota Bandung Descriptive Study on Impulse Buying of Gamers Online Games Dragon Nest Bandung City. *Prosiding Psikologi*, 2(2), 911–915.

Habib, H. M. H., Hidayat, K., & Mawardi, M. K. (2023). The Gamification Influence as Marketing Medium on Intrinsic Motivation, Positive Emotion, Customer Engagement and Repurchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis* |, 17(2), 253. <https://profit.ub.ac.id>

Nabilah Putri Arisa, 2024

**HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP**  
Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

- Hardani, dkk. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April).
- Hartmann, T. (2016). Parasocial interaction, parasocial relationships, and well-being. *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being: International Perspectives on Theory and Research on Positive Media Effects, January 2016*, 131–144. <https://doi.org/10.4324/9781315714752>
- Hawkins, Del I, Rojer. Best and Kenneth A. Coney. (2001). *Consumer Behavior: Buuilding Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Haws, K., Beardon, W. O., & Nenkov, G. Y. (2011). Consumer Spending Self-Control Effectiveness and Outcome Elaboration Prompts. *Journal of the Academy of Marketing Science, Forthcoming, 40(5)*, 1–16. 10.1007/s11747-011-0249-2
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Observations on Intimacy at a Distance. Psychiatry, 19*.
- Jang, M., Lee, R., & Yoo, B. (2021). Does fun or freebie increase in-app purchase?: Analyzing effects of enjoyment and item experience intention to purchase mobile game contents. *Information Systems and E-Business Management, 19(2)*, 439–457. <https://doi.org/10.1007/s10257-019-00420-z>
- Jebarajakirthy, C., Saha, V., Goyal, P., & Mani, V. (2021). How Do Value Co-Creation and E-Engagement Enhance E-Commerce Consumer Repurchase Intention? *Journal of Global Information Management, 30(5)*, 1–23. <https://doi.org/10.4018/jgim.290369>
- Kalla, S. M., & Arora, A. P. (2011). Impulse buying: A literature review. *Global Business Review, 12(1)*, 145–157. <https://doi.org/10.1177/097215091001200109>
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, Chernev, Alexander. (2022). *Marketing Management* (16e). Harlow, England: Pearson Education.



- Kian, T. P., Loong, A. C. W., & Fong, S. W. L. (2019). Customer Purchase Intention on Online Grocery Shopping. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(12). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i12/5260>
- Labrecque, L. I. (2014). Fostering Consumer – Brand Relationships in Social Media Environments: The Role of Parasocial Interaction. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 134–148. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.003>
- Lax, G., Mackenzie, M., (2019). Against All Odds: Desire and Monetisation in Japanese
- Le, X. C. (2024). A hedonic value-based consumer continuance intention model toward location-based advertising. *Revista de Gestao*, 31(1), 34–49. <https://doi.org/10.1108/REGGE-08-2021-0165>
- Lee, S., Yeom, B., Kim, Y., & Cho, J. (2019). Layer-by-layer assembly for ultrathin energy-harvesting films: Piezoelectric and triboelectric nanocomposite films. *Nano Energy*, 56(November 2018), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.nanoen.2018.11.024>
- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. (1997). Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. *Jogjakarta: Gajamada University Press*.
- Lestari, A. D., & Pohan, H. D. (2023). Kehidupan Fanbase Twitter Nctzenhalu (Studi Korelasi antara Kesepian dan Hubungan Parasosial pada Dewasa Awal). *Merpsy Journal*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.22441/merpsy.v15i1.19730>
- Lestari, I. D., & Budiman, A. (2019). Hubungan Antara Self Control dan Motivasi Bermain Game Online pada Dewasa Awal ( Studi pada Dewasa Awal yang Bermain Game Online di Immortal Cyber Cafe ). *Prosiding Psikologi*, 5(2), 513–519. Mobile Games. Authors & Digital Games Research Association DiGRA.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building*
- Nabilah Putri Arisa, 2024  
**HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP**  
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*Marketing Strategy Contributing Authors*. www.mhhe.com

- 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>
- Müller-Pérez, J., Acevedo-Duque, Á., Rettig, P. V., García-Salirrosas, E. E., Fernández-Mantilla, M. M., Izquierdo-Marín, S. S., & Álvarez-Becerra, R. (2023). Consumer Behavior after COVID-19: Interpersonal Influences, eWOM and Digital Lifestyles in More Diverse Youths. *Sustainability (Switzerland)*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/su15086570>
- Milakovic, H. (2023, 01 04). *How Many People Play Genshin Impact in 2023? (User & Growth Stats)*. Retrieved 03 16, 2023, from Fiction Horizon: <https://fictionhorizon.com/how-many-people-play-genshin-impact/>
- Nathaniela, Tiara. (2023). Hubungan Antara Fanatisme dan Repurchase Intention Penggemar Kpop Dalam Melakukan Pre Order Album Secara Online. S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Neely, E. L. (2019). Come for the Game, Stay for the Cash Grab: The Ethics of Loot Boxes, Microtransactions, and Freemium Games. *Games and Culture*, XX(X), 1–20. <https://doi.org/10.1177/1555412019887658>
- Ningsih, T.\_W. (2020). Pengaruh Brand Origin dan Brand Credibility Terhadap Repurchase Intention (Studi pada Konsumen the Body Shop Sun Plaza Medan) (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Niu, G., Jin, S., Xu, F., Lin, S., Zhou, Z., & Longobardi, C. (2022). Relational Victimization and Video Game Addiction among Female College Students during COVID-19 Pandemic: The Roles of Social Anxiety and Parasocial Relationship. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(24). <https://doi.org/10.3390/ijerph192416909>
- Parmar, Y., Jit, B., & Mann, S. (2021). *Consumer – Celebrity Parasocial Interaction : A Conditional Process Analysis*. 1979.
- Nabilah Putri Arisa, 2024  
**HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP**  
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<https://doi.org/10.1177/09721509211010358>

PİR, E. Ö. Z. K. A. N. (2020). THE ROLE OF PARASOCIAL INTERACTION IN CONSUMER LOYALTY FOR ORGANIC FOOD. *JOURNAL OF SOCIAL, HUMANITIES AND ADMINISTRATIVE SCIENCES*, 6(34), 2290–2300. <https://doi.org/10.31589/JOSHAS.446>

Pradhipta, A. Y. (2021). Mekanisme ‘gacha’ dan ‘parasocial interaction’ pemain gim seluler. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(1 SE-Articles), 215–232. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2478>

Putri, V. M. (2022, Januari 05). *Putrinya Ketagihan Top Up Genshin Impact, Pria Ini Dapat Tagihan Rp 211 Juta*. Retrieved from Detikinet: <https://inet.detik.com/games-news/d-5884421/putrinya-ketagihan-top-up-genshin-impact-pria-ini-dapat-tagihan-rp-211-juta>

Rachbini, W., Anggraeni, D., & Febrina, D. (2020). Effect of Service Quality on Customer Loyalty through Satisfaction, Perceived Value, and Customer Engagements (Study on Indonesian Ride-Hailing Online). *Advances in Social Sciences Research Journal*,

Richmond-Rakerd, L. S., Caspi, A., Ambler, A., d’Arbeloff, T., de Bruine, M., Elliott, M., Harrington, H. L., Hogan, S., Houts, R. M., Ireland, D., Keenan, R., Knodt, A. R., Melzer, T. R., Park, S., Poulton, R., Ramrakha, S., Rasmussen, L. J. H., Sack, E., Schmidt, A. T., ... Moffitt, T. E. (2021). Childhood self-control forecasts the pace of midlife aging and preparedness for old age. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 118(3), 1–11. <https://doi.org/10.1073/pnas.2010211118>

Rifa’i, A., Rachmawati, I. K., & Alamsyah, R. A. (2023). Pengaruh Gamification Dan Positive Emotion Terhadap Repurchase Intention Dimediasi Customer Engagement Pada Market Place Shopee. *Cakrawala-Repositori Imwi*, 6, 2062–2069.

Santrock, J. W. (2004). *Child Development Thirteenth Edition* (Issue 1).

Nabilah Putri Arisa, 2024

**HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Stein, J. P., Liebers, N., & Faiss, M. (2024). Feeling Better..But Also Less Lonely? An Experimental Comparison of How Parasocial and Social Relationships Affect People’s Well-Being. *Mass Communication and Society*, 27(3), 576–598. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2127369>
- Sugiyono (2021). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sternberg, R. J. (1988). Triangulating love. In R. J. Sternberg & M. L. Barnes (Eds.), *The psychology of love* (pp. 119–138). Yale University Press.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value “The Development of Retailing.” *Jurnal Ritel*, 77 (2), 203–220
- Tapion. (2022, Mei 09). *Uang Seorang Ibu Habis Hanya Untuk Top Up Genshin Impact, Pelaku Adalah Anaknya, dan Hoyoverse Kena Imbasnya!* Retrieved from AREA TOPIK: <https://areatopik.com/fyi/uang-seorang-ibu-habis-hanya-untuk-top-up-genshin-impact-pelaku-adalah-anaknya-dan-hoyoverse-kena-imbasnya/>
- Trinidya, B. M., & Cahyono, R. (2024). *Hubungan Antara Loneliness dengan Parasocial Relationship pada Pemain Game Genshin Impact. Version 3*, 1–9. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/133015>
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN GADGET PADA MAHASISWA TEKNIK INDUSTRI UNIVERSITAS DIPONEGORO. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597-603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- Tukachinsky, R., Walter, N., & Saucier, C. J. (2021). Antecedents and effects of parasocial relationships: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 70(6), 868–894. <https://doi.org/10.1093/JOC/JQAA034>

Nabilah Putri Arisa, 2024

*HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP*  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Tukachinsky, R. H. (2011). Para-romantic love and para-friendships: Development and assessment of a multiple-parasocial relationships scale. *American Journal of Media Psychology*, 3(1/2), 73-94.
- Usma, Husain Dan Purnomo Setyadi Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Verplanken, B., Herabadi, A. G., Perry, J. A., & Silvera, D. H. (2005). Consumer style and health: The role of impulsive buying in unhealthy eating. *Psychology and Health*, 20(4), 429-441. <https://doi.org/10.1080/08870440412331337084>
- Williams, David M., Ryan E. Rhodes, and Mark T. Conner (eds), *Affective Determinants of Health Behavior* (New York, 2018; online edn, Oxford Academic, 24 May 2018), <https://doi.org/10.1093/oso/9780190499037.001.0001>
- Willy. (2022, September 19). *The Power of Wibu, Pemain Genshin Impact di Indonesia Terbanyak ke-4!* Retrieved Juni 4, 2023, from UPSTATION MEDIA: <https://www.upstation.asia/wibu-pemain-genshin-impact-indonesia-terbanyak-ke-4/#:~:text=Bedasarkan%20laporan%20dari%20AppMagic%2C%20Indonesia,Play%20Store%20dan%20App%20Store>) Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). *The Strength Model of. December*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00534.x>
- Kian, T. P., Loong, A. C. W., & Fong, S. W. L. (2019). Customer Purchase Intention on Online Grocery Shopping. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(12). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i12/5260>
- Lee, S., Yeom, B., Kim, Y., & Cho, J. (2019). Layer-by-layer assembly for ultrathin energy-harvesting films: Piezoelectric and triboelectric nanocomposite films. *Nano Energy*, 56(November 2018), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.nanoen.2018.11.024>

Nabilah Putri Arisa, 2024

**HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Seo, K. H., & Lee, J. H. (2021). Understanding risk perception toward food safety in street food: The relationships among service quality, values, and repurchase intention. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(13). <https://doi.org/10.3390/ijerph18136826>
- Xia, M., Zhang, Y., & Gu, R. (2023). Creative Tea Beverages as a New Tourism Attraction? Exploring Determinants of Tourists' Repurchase Intention Using Dual Process Theory. *Sustainability (Switzerland)*, 15(13). <https://doi.org/10.3390/su151310642>
- Yeo, S. F., Tan, C. L., Teo, S. L., & Tan, K. H. (2021). The role of food apps servitization on repurchase intention: A study of FoodPanda. *International Journal of Production Economics*, 234(August 2020), 108063. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108063>
- Yuan, C., Moon, H., Wang, S., Yu, X., & Kim, K. H. (2020). Study on the influencing of B2B parasocial relationship on repeat purchase intention in the online purchasing environment: An empirical study of B2B E-commerce platform. *Industrial Marketing Management*, 92, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.11.008>
- Zeng, P. (2023). External Factors that Influence Self-Control. *Advances in Education, Humanities and Social Science Research*, 4(1), 310. <https://doi.org/10.56028/aehtsr.4.1.310.2023>
- Zhang, L., Shao, Z., Li, X., & Feng, Y. (2021). Gamification and online impulse buying: The moderating effect of gender and age. *International Journal of Information Management*, 61(October), 102267. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102267>