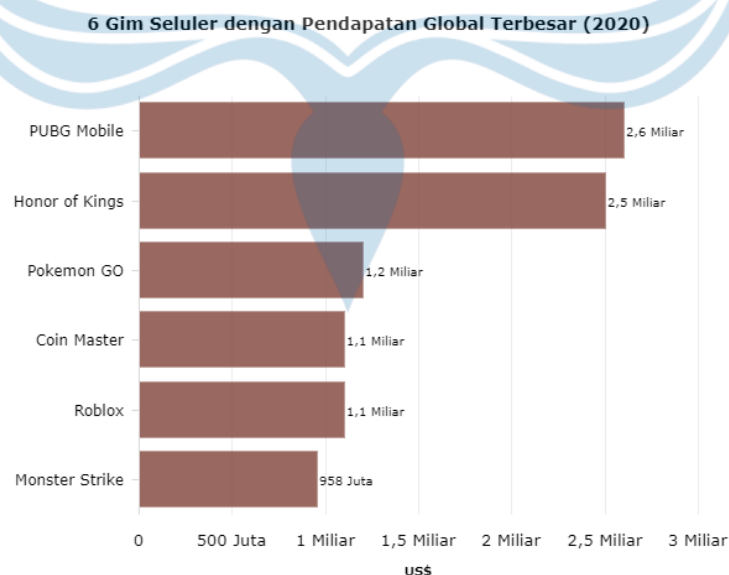


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kehadiran *smartphone* telah mengubah pasar secara signifikan dengan meningkatkan konsumsi *game online*. *Game online* merupakan permainan berbasis komputer yang dimainkan melalui internet termasuk PC (*Personal Computer*), *console*, dan *wireless game*. Salah satu permainan seluler populer yaitu *PUBG Mobile*. *Pubg Mobile* pada 2020 meraih pendapatan sebesar \$ 2,6 miliar. Pendapatan tersebut diperoleh dari pembelian *virtual item* yang berupa *skin visual* yang ditawarkan oleh permainan tersebut. Pengguna pemain dari total unduhan tersebut jumlah pemain *aktif PUBG Mobile* bulanan pada tahun 2019 tercatat mencapai 100 juta pengguna (Burhan, 2021).



**Gambar 1.1**  
**Pendapatan *Pubg Mobile***  
Sumber: Katadata.co.id, 2021

Penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, sehubungan dengan bermain dan membayar untuk permainan tersebut. Perilaku konsumen proses ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (Kotler & Keller, 2016: 179). Pada saat konsumen dalam proses memilih suatu produk/jasa perusahaan perlu menarik minat konsumen terhadap produk/jasa yang dimiliki. Oleh karena itu maka penting bagi setiap perusahaan untuk mengusahakan beberapa hal yang berkaitan dengan cara meningkatkan minat konsumen terhadap produk/jasa perusahaan.

Kemampuan perusahaan untuk menarik minat konsumen untuk *intention to play* terhadap permainan, terdapat beberapa faktor yang membuat konsumen menjadi *intention to play* pada suatu *game*. Penelitian ini mereplikasi penelitian (Souza & Freitas, 2017) yang berjudul “*Consumer behavior of electronic games’ players: a study on the intentions to play and to pay*”. Penelitian sebelumnya terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to play* yakni *time flexibility, arousal, challenge, competition, diversion, fun, fantasy*, dan *social interaction* yang membuat konsumen menjadi merasa nyaman akan produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2016: 198) niat membeli merupakan konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek dalam kumpulan pilihan dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. *Intention to Pay* dimaknai sebuah kemungkinan konsumen untuk membuat rencana atau mempunyai niat untuk membeli sebuah produk atau jasa pada waktu yang akan datang (Kakkos, Trivellas, & Sdrolas, 2015). Konsumen akan memilih permainan

yang disukai ketika merasa nyaman dengan apa yang diberikan oleh perusahaan dan di masa mendatang akan melakukan *top up* di dalam permainan.

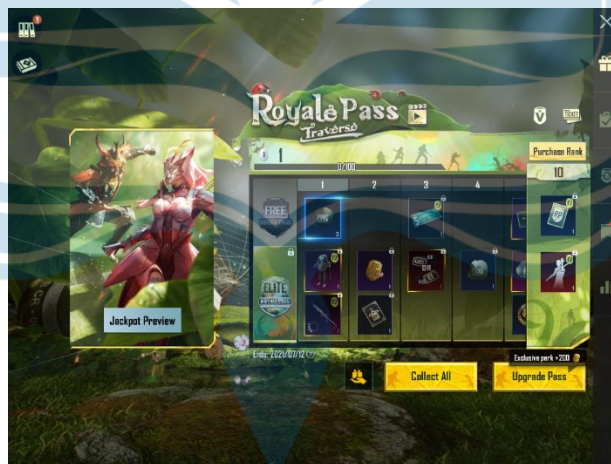
Pada beberapa tahun terakhir teknologi berkembang sangat pesat terutama pada teknologi *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Pada perkembangan teknologi yang semakin canggih banyak fitur-fitur yang membantu dalam kehidupan sehari-hari dan terdapat hiburan didalam seluler seperti permainan elektronik. Sampai sekarang *smartphone* pada tahun 2021 di seluruh Indonesia sekitar 76% menggunakan *smartphone* dan diperkirakan pada tahun 2025 pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai 89,2% (Pusparisa, 2020).

Teknologi *smartphone* yang sekarang kita dipermudahkannya untuk mengakses berbagai hal melalui internet. Salah aspek penggunaan *smartphone* mempengaruhi perilaku konsumen untuk terus memainkan permainan. Menurut Wei & Lu (2014) yang mengatakan bahwa *time flexibility* adalah permainan lebih mudah diakses, dapat digunakan dimana saja dan kapan saja serta pemain dapat memainkan permainan tidak ada batasan waktu ataupun tempat.

Menurut Giammarco, Schneider, Carswell, & Kniper (2015) *arousal* adalah memotivasi pemain keinginan untuk bermain karena merangsang secara emosional, pemain yang termotivasi oleh permainan untuk menyelesaikan tantangan atau mencapai *achievement* untuk pencapaian pribadi. Memotivasi *arousal* pemain untuk bermain permainan karena terdapat rangsangan secara emosional, pemain yang termotivasi oleh permainan yang seru untuk dimainkan dan banyak hal yang dapat dilakukan didalam permainan seperti menyelesaikan tantangan atau mencapai

peringkat yang lebih tinggi untuk pencapaian pribadi. Hal tersebut membuat konsumen untuk memainkan *game* terus-menerus.

Kondisi pemain termotivasi memainkan *game* karena terdapat *challenge* yang harus diselesaikan. memotivasi pemain *game online* untuk mengerahkan ketrampilannya dalam bermain untuk meningkatkan kemampuan dan pengguna yang terampil berkonsentrasi sepenuhnya pada tugas-tugas yang menantang supaya mendorong pemain untuk bermain *game* berulang kali (Teng, 2013). *Challenge* pada *PUBG Mobile* ketika berhasil menyelesaikannya beberapa tantangan yang memberikan *virtual item* yang menarik peminat pemain untuk terus memainkan untuk menyelesaikan tantangan tersebut. *Virtual item* bisa didapatkan secara instan melalui *gacha* atau membeli *royale pass*.



**Gambar 1.2**  
**Royale Pass**

Sumber: *PUBG Mobile*, 2021



**Gambar 1.3**  
**Gacha Item PUBG Mobile**  
Sumber: *PUBG Mobile*, 2021

Beberapa *competition* dalam suatu *game* membuat konsumen untuk terus bermain karena dalam permainan ini tingkat tahapan ditunjukkan dengan peringkat atau pangkat seorang pemain. *Competition* merupakan saat pemain mengalami kekalahan didalam permainan meningkatkan memotivasi pemain terus memainkan permainan untuk mengalahkan orang lain (R. Griffiths, M. Eastin, & V. Cicchirillo, 2016). Peringkat atau pangkat tersebut memiliki kriteria tertentu yang harus dipenuhi jika menginginkan meningkatkan pangkat. Semakin tinggi pangkat pemain, maka semakin ketat kriteria untuk mendapatkan poin seperti minimal lama waktu bertahan dan jumlah pemain lain yang dibunuh, sehingga secara otomatis pangkat dalam game ini menunjukkan keterampilan pemain yang membuat pemain terus memainkan permainan.



**Gambar 1.4**  
**Rank *PUBG Mobile***  
 Sumber: *PUBG Mobile*, 2021

*Diversion* kemampuannya untuk menarik perhatian pemain, membebaskan mereka dari tugas sehari-hari, beberapa orang menganggap permainan itu membuat ketagihan (Souza & Freitas, 2017). Permainan yang menghibur konsumen dan dapat menghilangkan rasa bosan dalam kegiatan membuat konsumen menjadi kecanduan untuk terus memainkan permainan, di masa yang akan datang kemungkinan konsumen melakukan *top up* untuk mendapatkan kesenangan lain seperti untuk menghias karakter atau senjata untuk menghibur diri sendiri dengan cara *top up*.

Suatu permainan harus memberikan rasa senang ketika memainkannya sehingga membuat konsumen mau memainkan karena permainan tersebut menyenangkan. *Fun* dapat menjadi salah satu kondisi utama yang mempengaruhi pasar *game*, *game* yang tidak menghibur tidak akan menarik bagi pemain (Souza & Freitas, 2017). Pengaruh *fun* menarik konsumen untuk terus memainkan permainan



tersebut sangat besar sehingga konsumen tidak mudah untuk meninggalkan permainan *PUBG Mobile* dan pindah ke permainan lainnya.

*Fantasy* membantu pemain untuk semakin membenamkan diri dalam permainan yang diyakini dapat meningkatkan niat untuk bermain (Souza & Freitas, 2017). Menurut Jin (2014) *fantasy* adalah menciptakan motivasi seseorang untuk bermain permainan dengan mewujudkan mimpi yang tidak dapat dilakukan di dunia nyata seperti menjadi orang lain, hal tersebut membuat permainan menjadi menarik karena pemain dapat mewujudkan keinginannya di dalam permainan. Motivasi merupakan kekuatan yang mendorong seseorang dalam berbuat dan mencerminkan alasan yang dimiliki seseorang dalam berbuat atau bertingkah laku dengan cara tertentu (Schiffman & Wisenblit, 2019: 33). Maka dari itu untuk menimbulkan *intention to play* konsumen terdapat dorongan motivasi yang membuat konsumen karena ada hal-hal yang tidak dapat dilakukan di dunia nyata.

Permainan *Player Unknown Battle Ground Mobile (PUBG Mobile)* merupakan salah satu *game online bergenre battle royale*. *PUBG mobile* dalam permainannya terdapat 100 orang dalam satu *map*, dalam permainan tersebut juga dapat bermain secara *solo* (satu *player*), *duo* (dua *player*), dan *squad* (1-4 *player*). Permainan yang dapat bekerja sama satu sama lain akan memunculkan *social interaction* sesama pemain. *Social interaction* adalah memotivasi pemain untuk bertemu, membangun dan memelihara hubungan, dan bekerja sama dengan pemain lainnya (Giammarco, Schneider, Carswell, & Kniper (2015).

Pengaruh *time flexibility, arousal, challenge, competition, diversion, fun, fantasy, social interaction* terhadap *intention to play* dari konsumen dalam

permainan *PUBG Mobile*. Penelitian sebelumnya beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to pay* dalam suatu permainan yaitu *intention to play*. *Intention to play* adalah kesediaan pemain permainan untuk memainkan permainan tertentu dan membuat pemain termotivasi untuk terus memainkannya dengan menghabiskan lebih banyak waktunya untuk bermain permainan (Wei & Lu, 2014). Suatu konsumen untuk memenuhi kebutuhan ketika konsumen merasa nyaman dengan suatu produk/jasa di masa yang akan melakukan pembelian terhadap *virtual item* dalam permainan tersebut.



**Gambar 1.5**  
**UC PUBG Mobile**

Sumber: *PUBG Mobile*, 2021

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor mana yang membuat pemain memainkan permainan *PUBG Mobile* dan Melakukan pembelian atau *top up UC*. Peneliti ini akan mengkaji pengaruh *time flexibility*, *arousal*, *challenge*, *competition*, *diversion*, *fun*, *fantasy*, dan *social interaction* masing-masing mempengaruhi *intention to play* pada *mobile Battle Royale games*, serta pengaruh *intention to play* mempengaruhi *intention to pay* pada pemain *PUBG Mobile*.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas diketahui bahwa, maka rumusan masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Time Flexibility* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Play* pada pemain *game online PUBG Mobile* ?
2. Apakah *Arousal* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Play* pada pemain *game online PUBG Mobile*?
3. Apakah *Challenge* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Play* pada pemain *game online PUBG Mobile* ?
4. Apakah *Competition* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Play* pada pemain *game online PUBG Mobile*?
5. Apakah *Diversion* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Play* pada pemain *game online PUBG Mobile*?
6. Apakah *Fun* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Play* pada pemain *game online PUBG Mobile* ?
7. Apakah *Fantasy* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Play* pada pemain *game online PUBG Mobile* ?
8. Apakah *Social Interaction* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Play* pada pemain *game online PUBG Mobile*?
9. Apakah *Intention to Play* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Pay* pada pemain *game online PUBG Mobile* ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Time Flexibility* terhadap *Intention to Play* pada pemain game online *PUBG Mobile*.
2. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Arousal* terhadap *Intention to Play* pada pemain game online *PUBG Mobile*.
3. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Challenge* terhadap *Intention to Play* pada pemain game online *PUBG Mobile*.
4. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Competition* terhadap *Intention to Play* pada pemain game online *PUBG Mobile*.
5. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Diversion* terhadap *Intention to Play* pada pemain game online *PUBG Mobile*.
6. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Fun* terhadap *Intention to Play* pada pemain game online *PUBG Mobile*.
7. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Fantasy* terhadap *Intention to Play* pada pemain game online *PUBG Mobile*.
8. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Social Interaction* terhadap *Intention to Play* pada pemain game online *PUBG Mobile*.
9. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh *Intention to Play* terhadap *Intention to Pay* pada pemain game online *PUBG Mobile*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh tiap nilai untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan dalam *flexibility, arousal, challenge, competition, diversion, fun, fantasy*, dan *social interaction* berpengaruh terhadap *intention to play* yang mempengaruhi konsumen untuk bermain *game* tersebut dan konsumen melakukan *intention to pay*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pengembangan penelitian yang lebih lengkap.

### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kepada pembaca dan menjadi acuan mengetahui penilaian yang membuat konsumen memainkan permainan sehingga pemain akan melakukan *top up* di dalam permainan. Kemudian pada tahap selanjutnya, hasil penelitian ini mampu memberikan informasi tentang kekurangan serta dan kelebihan yang sudah dicapai bagi pihak perusahaan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang penjelasan teori yang menjadi landasan penelitian, penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang teknik pengambilan sampel, pengukuran variabel, definisi operasional, pengumpulan data, dan teknik analisis data untuk menguji hipotesis.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil pengukuran variabel penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan dari setiap perolehan hasil statistik.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan, dan saran dari penulis bagi peneliti selanjutnya.