

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis game online di Indonesia dimulai pada tahun 2001 yang diprakarsai oleh publisher BolehGame dengan game asal Korea yang berjudul Nexia (www.klikgame.com). Kehadiran Nexia di Indonesia menciptakan dunia bisnis yang baru di Indonesia. Dimana ketika Nexia sedang menikmati masa-masa kejayaannya, banyak bermunculan pesaing-pesaing baru yang juga bergerak dalam dunia game online dan memaksa Nexia harus menghentikan layanannya dikarenakan tidak mampu lagi untuk bersaing.

Maraknya perkembangan game online di Indonesia membuat banyak game online yang terpaksa menutup layanannya karena tidak mampu untuk bersaing. Salah satunya adalah Rosh Online yang membuka layanannya pada bulan Mei 2012 dan harus menutup layanannya pada bulan Oktober 2012.

Tidak hanya Rosh Online yang harus menutup layanannya, beberapa game lain juga memiliki nasib yang sama dengan Rosh Online, seperti Eden Online, Luna Online, Allods Online, dan Kitsune Online. Namun, ditengah ketatnya persaingan dunia game online di Indonesia, masih terdapat sebuah game online yang bahkan merayakan ulang tahunnya yang kesepuluh, yaitu Ragnarok Online. Tidak hanya

Ragnarok Online, Perfect World Online Indonesia juga dapat bertahan dari Agustus 2008.

Adanya perbedaan dari setiap game untuk mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan dunia game online di Indonesia menciptakan keunikan tersendiri untuk diteliti. Dimana game online akan mampu untuk bertahan apabila konsumen tetap menggunakan layanan game online tersebut, sehingga loyalitas dari konsumen merupakan faktor utama dari sebuah game online untuk dapat terus menjalankan layanannya.

Loyalitas konsumen untuk game online dibedakan menjadi dua, yaitu berdasarkan kesesuaian konsumen dengan *gameplay* yang ditawarkan oleh game online itu sendiri, dan bagaimana cara *publisher* game online menjaga kualitas dari game online itu sendiri. Penelitian ini akan berfokus untuk menguji faktor-faktor apakah yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada game online yang dikhususkan pada kesesuaian konsumen dengan *gameplay* yang ditawarkan oleh game online itu sendiri.

Penelitian ini merupakan replikasi dan dari penelitian yang dilakukan sebelumnya, penelitian yang akan direplikasi adalah jurnal yang dibuat oleh Huang dan Hsieh (2011) dengan judul asli “*Predicting online game loyalty based on need gratification and experiential motives*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah pokok penelitian yang akan direncanakan adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor *uses and gratification* (hiburan dan sosialitas) dan *online flow* (tantangan, pengendalian, dan interaktivitas) terhadap loyalitas konsumen pada game online?
2. Bagaimana pengaruh jender dan intensitas bermain terhadap loyalitas konsumen pada game online?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor apa sajakah yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap game online.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh faktor *uses and gratification*, *online flow*, dan demografi terhadap loyalitas konsumen terhadap game online.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat bagi Pihak Manajerial

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para publisher game online dapat memilah game online yang mungkin dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan keinginan konsumen terutama konsumen di Indonesia.

1.4.2. Manfaat bagi Pihak Akademik

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen khususnya terhadap produk-produk game online. Diharapkan pihak akademik dapat lebih dalam mempelajari keterkaitan antara faktor-faktor tersebut dengan loyalitas konsumen khususnya konsumen game online dan diharapkan mampu menarik minat akademisi untuk melakukan penelitian-penelitian berikutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini disajikan rencana sistematika penulisan dari skripsi ini.

1.5.1. Bab I. Pendahuluan

Bab I dalam penelitian ini berisikan tentang latar belakang dipilihnya penelitian ini, rumusan masalah dalam penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik bagi pihak manajerial ataupun akademik, dan sistematika penulisan.

1.5.2. Bab II. Tinjauan Pustaka dan Hipotesis

Bab II dalam penelitian ini berisikan tentang teori-teori yang digunakan dalam melakukan penelitian, penelitian-penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

1.5.3. Bab III. Metodologi Penelitian

Bab III dalam penelitian ini berisikan tentang metodologi penelitian, mulai dari lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini.

1.5.4. Bab IV. Pembahasan

Bab IV dalam penelitian ini berisikan tentang hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian yang dilakukan ini. Mulai dari hasil pengujian data yang diperoleh, pengujian hipotesis yang telah dibuat pada Bab II, dan pembahasan rumusan masalah yang dibuat pada Bab I.

1.5.5. Bab V. Penutup

Bab V dalam penelitian ini berisikan kesimpulan, saran, dan implikasi manajerial yang didapatkan dalam penelitian yang dilakukan. Kesimpulan menjelaskan garis besar hasil yang telah diperoleh dalam penelitian. Saran berisikan tentang masukan untuk pihak akademik ketika melakukan penelitian yang lebih lanjut. Dan implikasi manajerial berisikan tentang manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yang dapat digunakan oleh pihak manajerial dalam bidang yang bersangkutan dengan penelitian ini.