

# BAB I

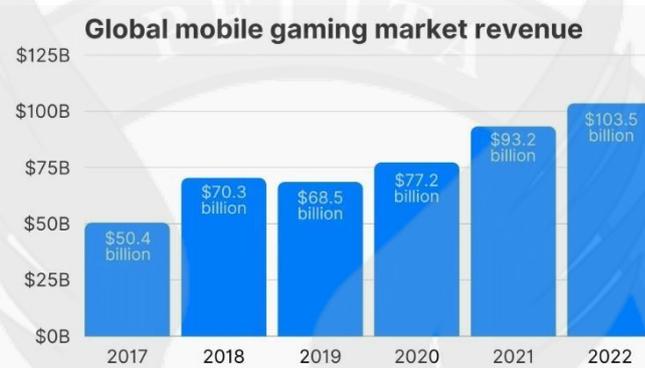
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, teknologi berkembang semakin pesat dan canggih karena adanya inovasi baru dan kreatifitas manusia. Teknologi juga mempunyai manfaat dalam kehidupan manusia untuk mempermudah dan menghemat waktu serta mengurangi biaya (Andiyanto, 2019). Dengan adanya teknologi yang semakin pesat, perkembangan internet di Indonesia juga semakin cepat sehingga memicu perkembangan aplikasi baru yang muncul. Aplikasi tersebut meliputi salah satu aplikasi yang diminati oleh masyarakat yaitu *game*. Jenis *game* sendiri juga dibagi menjadi dua, yaitu *game* offline dan *game* online. Namun, jenis *game* sekarang yang banyak diminati oleh masyarakat adalah *game* online.

Menurut para ahli *game* online merupakan suatu permainan yang dapat digunakan dengan menggunakan jaringan internet, <https://www.artikelbaca.com/pengertian-game-online-menurut-para-ahli/>. *Game* online sendiri bukan hanya *game* yang dapat dimainkan di komputer, melainkan *game* online juga dapat dimainkan di handphone. Banyak masyarakat yang tertarik terhadap *game* online karena dengan adanya *game* online dapat membuat mereka jadi lebih terhibur dan mengisi waktu luang mereka serta *game* online dapat menambah relasi dengan orang lain karena dapat saling berinteraksi dengan orang lain. Pertumbuhan industry *game* online semakin meningkat karena adanya pandemi Covid-19. Hal ini terjadi karena pandemi membuat masyarakat harus

mengikuti peraturan yang ada, yaitu tetap stay at home / di dalam rumah sehingga banyak kegiatan yang dilakukan secara online. Hal ini membuat waktu terhadap aktivitas bermain *game* semakin meningkat karena tidak adanya kegiatan di luar rumah dan terbukti bahwa aktivitas bermain *game* online meningkat sebanyak 75%.



**Gambar 1. 1** Pendapatan Mobile Games

<https://headphonesaddict.com/mobile-gaming-statistics/>

Dari gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa pendapatan mobile *games* dari tahun 2017-2022 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2021 juga menunjukkan bahwa pendapatan mencapai \$93,2 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa mobile *games* berkembang setiap tahunnya dan laju pertumbuhan industri mobile terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2022, industri mobile *game* bernilai \$103,5 miliar. Mobile *games* sendiri juga terdiri dari beberapa jenis yaitu dimulai dari permainan yang berbasis teks dan permainan yang menggunakan grafik kompleks serta membentuk dunia virtual (Ananda dkk, 2022). Bukan hanya dari jenis permainannya, melainkan mobile *games* juga terdiri dari jenis cara bayarnya. Ada beberapa mobile *games* yang harus pay-to-play yaitu harus membayar jika ingin mengunduh *game*. Selain itu, ada permainan yang freemium yaitu permainan yang

unduhannya gratis, namun jika pemain ingin menaikkan level dengan cepat / membeli suatu item yang ada di *game* tersebut harus membayar. Freemium sendiri merupakan suatu bisnis yang membuat layanan khusus / fitur khusus dalam aplikasi namun dikenakan biaya. <https://aptika.kominfo.go.id/>



Gambar 1. 2 Pendapatan Games Free-to-play

<https://hybrid.co.id/post/>

Dapat dilihat pada gambar 1.2 bahwa pendapatan dari mobile *games* dengan jenis free to play / freemium lebih besar dibandingkan *game* free-to-play yang ada di PC / console. Dari tahun 2019-2021 mobile *games* dengan jenis free-to-play terus mengalami peningkatan sehingga dapat disimpulkan bahwa mobile *games* dengan jenis ini berkembang setiap tahunnya. Pendapatan yang diperoleh dari mobile *games* jenis ini juga mencapai sekitar \$73,8 Milyar.

Mobile *games* sendiri mulai berkembang pada tahun 2013-2015 karena telah banyak muncul *game* dengan kualitas grafik yang HD dan *gameplay* yang bermacam-macam. Pengguna mobile *games* di Indonesia juga mencapai 52 juta

orang sehingga Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pengguna mobile *games* terbanyak. Pada tahun 2018, mulai muncul *game* ciptaan Tencent *Games* yang bergenre FPS dan dirilis di Android & IOS yaitu PUBG Mobile. FPS sendiri juga memiliki arti yaitu first person shooter yang berarti orang pertama, sehingga dapat diartikan bahwa karakter dalam *game* tersebut berupa kita sendiri karena merupakan orang pertama.

*Game* tersebut menjadi booming / yang paling diminati oleh masyarakat serta memecahkan rekor sebagai mobile *games* dengan pengguna terbanyak. PUBG sendiri merupakan singkatan dari playerunknowns battlegrounds dan merupakan *game* yang bergenre battle royale. Battle royale sendiri merupakan suatu genre dimana dalam *game* ini memadukan suatu elemen bertahan hidup dan eksplorasi untuk menjadi orang terakhir / tim yang bertahan sehingga untuk bermain *game* ini adalah dengan cara menjadi last man standing / menjadi pemain terakhir yang masih hidup. Pemain PUBG sendiri juga disediakan senjata dan perlengkapan yang harus dicari di tempat-tempat yang ada di *game* tersebut. Para pemain juga saling tembak-menembak dan harus dapat menjadi orang terakhir yang bertahan hidup. Serta di dalam *game* PUBG terdapat zona biru yang dapat membuat darah pemain berkurang jika terkena zona tersebut.

Hal ini membuat pemain tidak boleh terkena oleh zona biru karena hal itu dapat membuat pemain tidak dapat bertahan hidup dan tidak bisa menang. Pemain yang dapat bertahan hidup / yang #1 akan mendapatkan sebutan “Winner-winner chicken dinner” <https://games.grid.id/read/152222782/kuy-mengenal-sejarah-singkat-game-battle-royale-seperti-pubg-mobile?page=all>. Pendapatan Tencent

*Games* di masa pandemi Covid-19 juga terus mengalami peningkatan. Hal ini terjadi karena semakin bertambahnya pemain *game* PUBG Mobile di masa pandemi. Pendapatan baru juga mencapai rekor pada Maret 2020 yaitu mencapai 3,9triliun rupiah.

Awal mula adanya *game* ini sendiri berawal dari PUBG PC yang berarti *game* ini dimainkan dengan menggunakan komputer / laptop dan *game* ini merupakan *game* yang pay-to-play (Aulia, 2023). Namun pada tahun 2022, *game* PUBG diresmikan menjadi *game* yang free-to-play / gratis. PUBG juga merupakan *game* yang berasal dari Korea Selatan dan dikembangkan oleh PUBG Studio yang merupakan developer pertama dari PUBG PC. Developer dari PUBG dulu bernama Ginno Games, kemudian dibeli oleh perusahaan Bluehole (kini Krafton), <https://kumparan.com/info-sport/pubg-berasal-dari-negara-mana-berikut-fakta-danjawabannya-1wZvpwHdd0t/1>.

Developer dari PUBG PC kemudian melakukan kerjasama dengan perusahaan Tencent yang berasal dari Tiongkok untuk membuat PUBG Mobile (Amrullah, 2022). Seiring berjalannya waktu, pengguna yang memainkan *game* PUBG PC ini semakin meningkat karena *game* ini menjadi gratis. Krafton yang merupakan developer PUBG juga mengatakan bahwa persentase pemain baru PUBG setelah menjadi gratis mencapai 468%. Bahkan di Asia Tenggara dan Amerika Selatan, pertumbuhan jumlah pemain baru PUBG PC mencapai 537%. Tidak hanya pertumbuhan pemain baru, melainkan dilampir dari data terbaru Krafton waktu dalam bermain *game* ini juga meningkat yaitu rata-rata waktu bermain PUBG PC meningkat 100% dari minggu ke minggu.

<https://nextren.grid.id/read/013135566/pubg-pc-sukses-kumpulkan-lebih-banyak-pemain-setelah-diumumkan-gratis?page=all>.

Adanya perkembangan yang pesat terhadap *game* PUBG membuat *game* ini dikembangkan menjadi suatu potensi bisnis yaitu dengan bergabung bersama industry E-Sports. E-Sports / electronic sendiri merupakan suatu olahraga elektronik yang meliputi kegiatan perlombaan video *games* yang dilakukan oleh individu maupun tim. Perkembangan E-Sports yang ada di Indonesia mempunyai perkembangan yang pesat sehingga hal ini menjadi salah satu hal yang membuat pemerintah meresmikan E-Sports sebagai olahraga elektronik. Industri E-Sports sendiri juga harus selalu dikembangkan dan dimaksimalkan potensinya karena E- Sports membawa dampak yang positif di Indonesia.

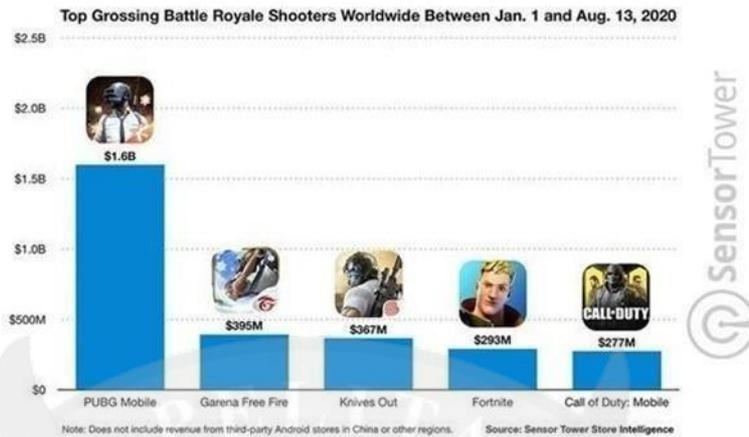
Tingginya popularitas terhadap *game* PUBG di Surabaya membuat banyak event perlombaan PUBG PC dan PUBG Mobile yang diadakan di Surabaya. Perlombaan yang diadakan juga dimulai dari event kecil maupun event besar. Hal ini juga membawa dampak yang positif bagi perekonomian di Indonesia karena partisipan yang mengikuti event meningkat sehingga pendapatan bagi penyelenggara event turnamen terus bertambah meskipun event diadakan secara online. Salah satu event PUBG Mobile yang terkenal dan merupakan event besar di Surabaya adalah Surabaya *Game* Challenge.



Gambar 1. 3 Surabaya Game Challenge

<http://eventsurabaya.net/event/>

Dengan adanya perkembangan E-Sports yang ada di Indonesia membuat pertumbuhan industri dalam *game* PUBG Mobile semakin meningkat karena adanya potensi bisnis dan juga hal ini dapat membuat masyarakat yang mempunyai hobi bermain PUBG menjadi lebih aktif dan tekun dalam bermain PUBG (Putri, 2020). Potensi bisnis yang dapat dimanfaatkan dari *game* ini adalah dengan membuka suatu usaha Topup *Game*. Topup *game* ini juga digunakan untuk membeli suatu items yang dapat digunakan untuk membeli barang-barang yang ada di *game* tersebut sehingga dapat membuat akun *game* mereka menjadi lebih bagus. Di masa Pandemi ini, bisnis topup *game* merupakan bisnis yang menjanjikan karena banyak masyarakat yang bermain *game* di masa pandemic sehingga minat masyarakat untuk membuat akun *game* mereka menjadi lebih bagus semakin meningkat.



**Gambar 1.4** Top Grossing Battle Royale

<https://ggwp.id/media/esports/>

Dari gambar 1.4 yang menunjukkan grafik pada tahun 2020, dapat diketahui bahwa *game* bergenre battle royale yaitu PUBG Mobile merupakan *game* yang paling banyak diminati oleh masyarakat dibandingkan *game* lainnya. Terbukti dari pendapatan *game* PUBG Mobile mempunyai pendapatan yang paling besar yaitu \$1.6B / sekitar 23 Milyar rupiah. Oleh karena itu, *game* PUBG menarik untuk diteliti karena merupakan salah satu *game* bergenre battle royale yang terlaris di Indonesia dan dapat lebih memahami bahwa *game* PUBG ini memiliki dampak yang positif terhadap pengguna dan potensi bisnis saat Pandemi Covid-19 serta dapat mengetahui apa yang menyebabkan pengguna *game* PUBG mempunyai niat untuk melakukan pembelian dalam *game* ini.

Adapun alasan pentingnya behavioural use menurut Hoesny dan Jokom (2016) yaitu suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku dengan menggunakan teknologi tertentu. Adapun bukti bahwa *game* PUBG telah memiliki behavioural use yaitu sebagian besar calon pengguna / pengguna yang

suka terhadap *game* bergenre battle royale tertarik untuk memainkan *game* PUBG karena PUBG merupakan *game* bergenre battle royale terlaris di Indonesia. Selain itu, sejak awal kemunculannya pada tahun 2017, aplikasi PUBG telah memiliki pengguna aktif mencapai 20 juta di negara luar. Sedangkan di Indonesia, aplikasi ini telah memiliki pengguna aktif mencapai 5 juta dan pada tahun 2019, pengguna aplikasi ini telah mencapai 100 juta.

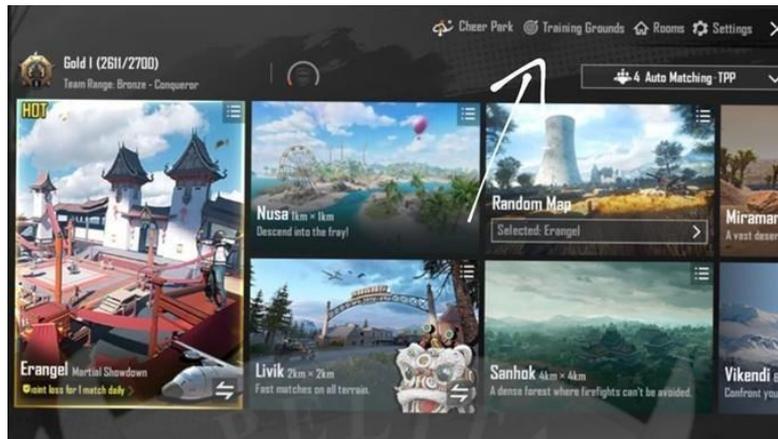
Salah satu variabel yang juga mempengaruhi behavioural use adalah *Performance Expectancy*. Menurut Mutlu & Der (2017) *Performance Expectancy* merupakan suatu kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah system (Septiani, 2022). Adapun bukti bahwa *game* PUBG telah memiliki *Performance Expectancy* yaitu sebagian besar pengguna bermain *game* PUBG karena *game* PUBG mempunyai kinerja yang sesuai dengan pengguna, dimana hal itu dapat meningkatkan kemampuan bagi pengguna *game* PUBG dalam mengerjakan tugas atau misi di dalam *game* PUBG serta untuk menjadi pemain yang terkenal dalam komunitas *game* PUBG. Selain itu, terdapat fitur topup virtual items secara praktis yang dapat dilihat melalui gambar 1.5. Selain itu, *game* PUBG juga terus melakukan inovasi dan memperbaiki fitur-fitur yang ada di dalam *game* ini, yaitu dimulai dari keamanan data akun ataupun inovasi terhadap fitur-fitur baru yang ada. Hal ini terus dilakukan agar calon pengguna / penggunagame ini terus menggunakan aplikasi PUBG.



**Gambar 1.5** Fitur Topup PUBG Mobile

<https://vcgamers.com/news/>

Selain variabel *Performance Expectancy*, terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi behavioural use yaitu *Effort Expectancy*. Menurut Abrahao et al (2016) mendefinisikan *Effort Expectancy* sebagai indicator pengoperasian system yang jelas dan mudah dimengerti serta penggunaan yang mudah. Adapun bukti bahwa aplikasi PUBG Mobile telah memiliki variabel *Effort Expectancy* dimana *game* PUBG Mobile merupakan *game* yang mudah dipahami bagi penggunanya dan juga menyediakan fitur tutorial untuk memahami *game* ini. Fitur training juga disediakan dari *game* ini agar pengguna dapat lebih mengerti bagaimana cara bermain *game* PUBG Mobile dan dapat mengatur sensitivitas dari akun masing-masing.



Gambar 1. 6 Fitur Training Grounds PUBG Mobile

<https://pubgmobile.proximabeta.com/>

*Social Influence* juga menjadi salah satu yang dapat mempengaruhi behavioural use. *Social Influence* didefinisikan sebagai pengaruh sosial yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain yang dapat mengubah perilaku seseorang (Noel dkk, 2020). Adapun bukti bahwa aplikasi PUBG Mobile memiliki variabel *Social Influence*, yaitu aplikasi PUBG Mobile bekerjasama dengan Alan Walker. Alan Walker sendiri merupakan influencer, artis, youtuber dan tiktokers. Di akun youtube, Alan Walker memiliki sekitar 3M subscribers dan di akun tiktok, Alan Walker memiliki pengikut sebanyak 6.6M. Melalui kerjasama ini, PUBG Mobile berharap dapat meyakinkan dan menarik minat para calon pengguna. Selain Alan Walker, PUBG Mobile juga melakukan kerjasama dengan salah satu influencer terkenal yaitu Blackpink. Blackpink sendiri merupakan salah satu girlband Korea yang terkenal dan sudah memiliki 84.2M subscribers di akun youtube mereka, sedangkan di akun tiktok Blackpink memiliki pengikut sebanyak 37.8M. Kerjasama yang dilakukan dengan PUBG Mobile berupa *ingame* concert,

dimana terdapat konser Blackpink dan terdapat baju Blackpink yang dijual di dalam *game* ini. Hal ini membuat minat calon pengguna *game* PUBG Mobile semakin meningkat karena adanya dorongan dari influencer yang bekerjasama dengan PUBG Mobile



**Gambar 1. 7** Kolaborasi PUBG Mobile dengan Alan Walker dan Blackpink

<https://www.tribunnews.com/>

Variabel lain yang juga mempengaruhi behavioural use yaitu *Purchase Intention*. *Purchase Intention* menurut Santoso et al (2018) didefinisikan sebagai perilaku konsumen yang mencerminkan sejauh mana mereka memiliki komitmen untuk melakukan pembelian barang dan jasa. Adapun bukti bahwa aplikasi PUBG telah memiliki *Purchase Intention* yaitu sebagian besar pengguna memiliki niat untuk melakukan pembelian terhadap virtual item dan menggunakan fitur premium yang ada di *game* ini. Penelitian ini akan membahas factor-faktor yang mempengaruhi behavioural use aplikasi PUBG. Untuk melihat factor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap behavioural use, akan digunakan variabel *Purchase Intention* sebagai variabel intervening.

Dapat terlihat dari pembahasan yang telah dijabarkan, persaingan di

bidang *mobile games* ketat. Hal ini dikarenakan banyak *game* *mobile* lainnya yang menyediakan fitur yang sama dengan *game* PUBG Mobile dan bersaing di tengah pandemi Covid-19. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi suatu terobosan untuk aplikasi PUBG Mobile agar dapat terus bertahan dan berkembang di pasar industri *mobile games*. Dari penelitian ini peneliti juga akan meneliti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Purchase Intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioural use aplikasi PUBG Mobile. Sehingga peneliti mengangkat judul penelitian berupa “ANALISIS PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY*, *SOCIAL INFLUENCE* MELALUI *PURCHASE INTENTION* TERHADAP BEHAVIOURAL USE PADA PENGGUNA *GAME* PUBG MOBILE DI SURABAYA”

## **12 Batasan Masalah**

Dalam setiap penelitian membutuhkan batasan yang jelas untuk masalah yang akan dibahas agar pembahasan masalah tidak melebar terlalu luas, dan batasannya sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah pria wanita Indonesia berusia antara 18-60 tahun yang menggunakan dan memainkan *game* PUBG Mobile
2. Ruang lingkup penelitian ini adalah pada mayoritas pengguna *game* PUBG Mobile di Surabaya yakni masyarakat dalam rentang usia 18 hingga 60 tahun

### **13 Rumusan Masalah**

Adapun masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas maka yang dapat menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pembahasan dan penggunaan variabel dalam penelitian ini adalah *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Purchase Intention, Behavioural Use*. Variabel tersebut digunakan karena merupakan variabel yang sesuai dengan objek penelitian.
2. Objek penelitian yang diambil untuk penelitian ini adalah pengguna *game* PUBG Mobile di Surabaya.
3. Penelitian ini diuji dengan menggunakan kuisisioner dan dibagikan ke beberapa responden yang mempunyai karakteristik sebagai berikut :
  1. Pria dan Wanita
  2. Usia sekitar 18-60tahun
  3. Berdomisili di Surabaya
4. Memiliki dan memainkan *game* PUBG Mobile selama 2x dalam kurun waktu 1 bulan
5. Menggunakan fitur-fitur yang ada di *game* PUBG Mobile
6. Perhitungan dan analisa hasil kuesioner menggunakan software Amos

### **14 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan meneliti pengaruh signifikan *Performance Expectancy* terhadap *Purchase Intention* pada pengguna *game* PUBG Mobile di Surabaya.
2. Mengetahui dan meneliti pengaruh signifikan *Effort Expectancy* terhadap *Purchase Intention* pada pengguna *game* PUBG Mobile di Surabaya.
3. Mengetahui dan meneliti pengaruh signifikan *Social Influence* terhadap *Purchase Intention* pada pengguna *game* PUBG Mobile di Surabaya.
4. Mengetahui dan meneliti pengaruh signifikan *Purchase Intention* terhadap Behavioral Use pada pengguna *game* PUBG Mobile di Surabaya

## **15 Manfaat Penelitian**

Dalam hasil penelitian yang diuraikan diatas, adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **15.1 Manfaat Teoritis**

1. Menunjukkan adanya hubungan antar variabel yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Purchase Intention*, *Behavioural Use*. Serta dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang positif atau pengetahuan bagi para pembaca.
2. Mendukung teori-teori yang ada mengenai *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Purchase Intention*, *Behavioural Use*

3. Dapat berguna untuk referensi bagi peneliti lain dan mahasiswa lain yang ingin meneliti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Purchase Intention*, *Behavioural Use* atau meneliti penelitian yang sejenis.

## **152 Manfaat Praktis**

1. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis agar dapat memperluas pengetahuan serta menerapkan teori yang berkaitan dengan faktor-faktor yang ada di penelitian ini yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Purchase Intention*, *Behavioural Use*.

2. Manfaat bagi pembaca

Penelitian ini dapat memberikan manfaat yang positif dan memberikan informasi atau pengetahuan tentang *game* PUBG bagi pembaca.

3. Manfaat bagi perusahaan

Penulis berharap agar penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi perusahaan Tencent yang merupakan Developer PUBG agar selalu mempertahankan *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Purchase Intention* agar dapat menciptakan *Behavioural Use*.

Juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *Behavioural Use* sehingga hal ini dapat membuat perusahaan untuk menciptakan atau meningkatkan strategi yang sesuai dengan *Behavioural Use* dalam *game* PUBG

## **16 Sistematika Penulisan**

Sistematika ini dibuat untuk mempermudah dan memberikan gambaran yang lebih jelas dan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan pendahuluan yang menjelaskan secara singkat tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan,

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Dalam bab ini berisikan landasan teori tentang *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, store atmosphere, price fairness, satisfaction* dan *loyalty*. dan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang memuat jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel serta metode analisis data.

### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisikan simpulan hasil penelitian, dan implikasi-implikasinya. Implikasi tersebut meliputi implikasi teoritis dan manajerial, dan rekomendasi.