



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

***Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase
Intention pada Konsumen Point Blank di Kota Bandung***

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Wildan Khoiruzzaman

2015320087

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention pada Konsumen Point Blank di Kota Bandung

Skripsi

Oleh

Wildan Khoiruzzaman

2015320087

Pembimbing

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Wildan Khoiruzzaman
Nomor Pokok : 2015320087
: Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention pada PointBlank di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana Pada
Selasa, 12 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. James Rianto Situmorang,MM :

Sekretaris

Albert Mangapul Parulian Luban Tobing,ST.,M.AB :

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono ,M.Si

:

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Wildan Khoiruzzaman

NPM 2015320087

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention*
pada Konsumen Point Blank di Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggungjawab dan bersedia menerima kosekuensi adapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 4 Desember 2020



Wildan Khoiruzzaman

ABSTRAK

Nama : Wildan Khoiruzzaman

NPM : 2015320087

Judul : Pengaruh *Customer Experince* terhadap *Repurchase Intention* pada
Konsumen Point Blank di Kota Bandung

Point Blank (PB) adalah salah satu *game online* yang banyak diminati oleh *gamers* di Indonesia. PB sendiri merupakan *game* yang dimainkan secara beregu dengan membentuk kerjasama tim yang mengharuskan antar tim menyusun strategi dan menciptakan organisasi yang baik agar dapat memenangi *game* tersebut. *Game* dengan format FPS (*First Person Shooter*) ini telah menarik perhatian para *gamers* dengan grafiknya yang memukau dan efek-efek yang mendekati nyata, selain itu efek darah juga ditampilkan untuk menghidupkan suasana peperangan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis apakah adanya pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention* pada konsumen Point Blank.

Jenis pada penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan adanya pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan maka adanya hubungan antara dua variabel atau lebih (sebab-akibat). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *gamers* PB di Kota Bandung dengan sampel yang didapat melalui Google Form yaitu 100 responden.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *customer experience* sedangkan untuk variabel terikat dalam penelitian adalah *repurchase intention*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini, menemukan bahwa pengaruh *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada konsumen Point Blank.

Kata Kunci: *Game online*, pengalaman pelanggan, niat membeli kembali.

ABSTRACT

Name : Wildan Khoiruzzaman

NPM : 2015320087

Title : The Effect of Customer Experience on Repurchase Intention on Point Blank Consumers in Bandung City

Point Blank (PB) is an online game that is in great demand by gamers in Indonesia. PB itself is a game played in teams by forming teamwork which requires the teams to develop strategies and create a better organization in order to win the game. This game with the FPS (First Person Shooter) format has attracted the attention of gamers with its stunning graphics and effects that are close to the real, besides that blood effects are also displayed to liven up the atmosphere of war. This study aims to analyze whether there is an effect of customer experience to repurchase intention of Point Blank consumers.

This type of research uses associative research with a quantitative approach that aims to test the predetermined hypothesis, so there is a relationship between two or more variables (cause-and-effect). The population used in this study were PB gamers in Bandung with a sample obtained through Google Form, namely 100 respondents.

The independent variable used in this study is customer experience, while the dependent variable in the study is repurchase intention. The data analysis technique used in this research is simple linear regression. The results of this study found that the effect of customer experience has a positive and significant effect on repurchase intention of Point Blank consumers.

Keywords : *Online games, customer experience, repurchase intention.*

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahkan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul “Pengaruh *Repurchase Intention* terhadap *Customer Experience Game Point Blank* di Kota Bandung”. Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu memenuhi syarat kelulusan jenjang Pendidikan S1 program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penelitian ini, penulis banyak bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak H. Wawan Hermawan dan Ibu Neni Heryani selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada penulis.
2. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. Selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing, memberikan motivasi, arahan, dan semangat kepada penulis.
3. Sindy Siti Saidah, Shinta Siti Barrokah, Palma Ramdhani, selaku kakak selalu memberikan doa, dukungan, semangat kepada penulis.
4. Seluruh dosen fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis.
5. Armeliadinda yang selalu memberikan bantuan baik dalam hal bentuk tenaga, waktu, motivasi, semangat, dan pikirannya kepada penulis.
6. Sahabat penulis Nabila Rachmania, Ivanda Imaradevi, Bimo Widyatama, Alyaa Dhiyaa Sari yang selalu memberikan dukungan dan tenaga pada penulis.
7. Sahabat sejak kuliah Intan Putri, Alvian Novan, Evira Permatasari, Clarisa Aulia, Racita Ning Lintang, Lainta Ning Tawang, Bimo Wicaksono yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa kepada penulis.

8. Sahabat SMA Fathur Razan Qudus, Ridwan Achdiat, Galih Taruna yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini memberikan tenaga, waktu, dan pikiran kepada penulis.
9. Serta seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis cantumkan namanya satu persatu.

Atas doa dan dukunganya penelitian ini dapat terselesaikan, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Bandung, Desember 2020

Wildan Khoiruzzaman

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB 2 LANDASAN TEORI	8
2.1 Games Online.....	8
2.2 Customer Experience	10
2.3 Repurchase Intension	15
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.5 Hipotesis	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian.....	20
3.3 Model Penelitian.....	21
3.4 Sumber Data Penelitian.....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6 Operasional Variabel.....	22
3.7 Populasi dan Sampel.....	25
3.8 Teknik Analisis Data.....	26
3.9 Metode Analisis Data	28
3.10 Analisis Statistik Deskriptif.....	29
3.11 Analisis Korelasi Sederhana.....	30
3.12 Analisis Regresi Linier Sederhana	31
3.13 Uji Hipotesis.....	31
BAB 4 OBJEK PENELITIAN	33
4.1 Point Blank	33
4.2 Mode Permainan	33
4.3 Character Point Blank.....	36
4.4 CT-Force	36
4.5 Jongglang (Terrorist).....	39
4.6 Dinosaurus	41
4.7 Senjata.....	42
4.8 Skin	44
4.9 Harga Cash	44
4.10 Pembayaran Cash	45
BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47

5.1	Teknik Analisis Data.....	47
5.2	Karakteristik Responden	50
5.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	56
5.4	Uji Hipotesis.....	66
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....		67
6.1	Kesimpulan	67
6.2	Saran.....	68
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Penelitian <i>Customer Experience</i>	5
Tabel 1.2 Pra Penelitian <i>Repurchase Intention</i>	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	22
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Hasil Analisis Deskriptif.....	29
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai Korelasi	30
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i>	47
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i>	48
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Experience</i>	48
Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i>	49
Tabel 5.5 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 5.6 Hasil Uji Linearitas	50
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Aspek <i>Sensory Experience</i>	57
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Aspek <i>Emotional Experience</i>	58
Tabel 5.9 Distribusi Frekuensi Aspek <i>Social Experience</i>	59
Tabel 5.10 Distribusi Frekuensi Aspek Minat Transaksional.....	60
Tabel 5.11 Distribusi Frekuensi Aspek Minat Preferensial	61
Tabel 5.12 Distribusi Frekuensi Aspek Minat Referensial	62
Tabel 5.13 Distribusi Frekuensi Aspek Minat Eksploratif.....	62
Tabel 5.14 Rekapitulasi Variabel <i>Customer Experience</i>	63
Tabel 5.15 Rekapitulasi Variabel <i>Repurchase Intention</i>	64
Tabel 5.16 Analisis Korelasi Sederhana	64
Tabel 5.17 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	65
Tabel 5.18 Uji T	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Mode Permainan	34
<i>Gambar 4.2 Character Point Blank</i>	36
Gambar 4.3 Senjata Point Blank	42
Gambar 4.4 <i>Skin</i> Senjata Point Blank	44
Gambar 4.5 Harga <i>Cash</i> Point Blank	45
Gambar 4.6 Pembayaran <i>Cash</i> Point Blank	46
Gambar 5.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 5.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	52
Gambar 5.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 5.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	53
Gambar 5.5 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pembelian <i>Cash</i> PB	54
Gambar 5.6 Karakteristik Berdasarkan Pembelian Terakhir <i>Cash</i> PB	54
Gambar 5.7 Karakteristik Tujuan Membeli <i>Cash</i> PB Berdasarkan Pilihan Responden	55
Gambar 5.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Membeli <i>Cash</i> PB	56

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informatika telah membawa pengaruh terhadap cara dan pola kegiatan bisnis di industri perdagangan. Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan di era saat ini adalah internet. Seiring dengan perkembangan teknologi informatika, internet tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan informasi saja, namun juga memenuhi kebutuhan hiburan salah satunya melalui *game online*. Aktivitas bermain *game* yang dahulu hanya dapat dimainkan secara *offline*, namun dengan adanya internet *game* dapat dimainkan secara *online* dengan tidak ada lagi keterbatasan waktu. Sejalan dengan pendapat Febriana (2012), mengatakan bahwa *game online* saat ini telah berkembang sedemikian rupa seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi itu sendiri.

Magnet industri kreatif berbasis teknologi komunikasi dan informasi mampu mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi, salah satunya adalah dengan terciptanya developer penyedia *game* dan layanan lainnya. Awalnya para penikmat *game* tersebut diharuskan mengunduh *game*, kemudian akan digiring untuk membeli berbagai macam produk yang disediakan agar dapat lebih menikmati *game* tersebut. Menurut Wijayanto (2020), Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Baparekraf) terus mendorong kinerja industri kreatif di Indonesia, khususnya terkait *game*.

Karena itu, Baparekraf menggandeng Asosiasi *Game* Indonesia (AGI) dan INSIDEA untuk mengembangkan industri kreatif tersebut. Rencananya, Baparekraf dan dua mitranya itu akan menggelar Baparekraf *Game Online Prime* 2020 pada Agustus mendatang. Lebih lanjut deputy infrastruktur Baparekraf, Hari Santosa Sungkari menjelaskan, industri *game* di Indonesia sedang berkembang pesat. Saat ini jumlah *gamers* di tanah air mencapai 43,7 juta. Angka itu terus bertambah seiring melambungnya popularitas *e-sport* di Indonesia. Selain banyak peminatnya, *e-sport* mendatangkan penghasilan yang tidak sedikit”.

Point Blank (PB) adalah salah satu *game online* yang banyak diminati oleh *gamers* di Indonesia. PB sendiri merupakan *game* yang dimainkan secara beregu

dengan membentuk kerjasama tim yang mengharuskan antar tim menyusun strategi dan menciptakan organisasi yang baik agar dapat memenangi *game* tersebut. *Game* dengan format FPS (*First Person Shooter*) ini telah menarik perhatian para *gamers* dengan grafiknya yang memukau dan efek-efek yang mendekati nyata, selain itu efek darah juga ditampilkan untuk menghidupkan suasana peperangan.

Di Indonesia, pada awalnya PB dirilis oleh Gemscool yang dibuat oleh PT Kreon di tahun 2009. Layanan PB di Gemscool berjalan hingga kontrak dengan Zepetto berakhir pada bulan juni 2015. Sempat hampir satu bulan mati server, pada tanggal 30 Juni 2015 PB kembali diluncurkan dengan pengembangan barunya yaitu Garena Indonesia. Adanya peluncuran ulang PB oleh pengembang yang baru, Garena bertekad untuk meningkatkan kenyamanan bermain permainan, begitu juga dikarenakan PB Garena Indonesia telah menggantikan menjadi PB Evolution. Pada tanggal 30 November 2018, Garena Indonesia mengumumkan peralihan operasi layanan oleh Zepetto, pada tanggal 1 Januari 2019 masa peluncuran PB Zepetto Indonesia efektif beroperasi. Alasan peralihan kepengurusan merupakan hasil dari berakhirnya masa kontrak dari izin operasi Garena Indonesia atas PB di Indonesia. Oleh karenanya, *game developer* Zepetto mengalihkan operasional PB *Online* Indonesia melalui unit perusahaannya di Indonesia yakni PT. Zepetto Interaktif Indonesia (Yodiansyah, 2018).

Hingga saat ini, PB masih diminati para *gamers*. Bahkan *game* ini juga menarik mereka yang sebelumnya belum pernah bermain *game* FPS jadi ingin mencoba memainkan *game* dengan *genre* FPS. Tidak hanya menarik konsumen, namun PB sering membuat *event-event* menarik agar para *gamers* yang sudah memainkan *game* ini mengikuti *event* tersebut. Berikut merupakan hal-hal yang membuat orang gemar memainkan *game* PB (Rajendra, 2019).

- Gratis

Kata gratis bisa dibilang sebagai salah satu kata yang bisa membuat orang ingin tahu atau juga bisa untuk menarik pelanggan.

- Banyak *Event* Menarik

Ini salah satu hal krusial yang membuat para *real free player* memilih *game* ini. PB selalu mengadakan *event* yang sangat banyak, mulai dari senjata

gratis, bonus harian, bonus mingguan, hingga yang terakhir *event top up*. Sejak dibawa Garena, PB selalu memberikan *event* yang sangat mampu menarik perhatian *new player* maupun membuat bertahan *player* lama. Bisa dikatakan PB Garena termasuk *game* yang cukup dermawan.

- *Update* dan Terus Berkembang

PB juga selalu berkembang setiap waktunya, memberikan senjata-senjata baru dan map-map baru yang sangat seru. Memberikan *game mode* yang tak kalah seru, memberikan sistem baru yang cukup memuaskan. Seperti kasus *cheater* dalam PB, Garena memberikan sebuah sistem baru pada server mereka sehingga sulit seorang *cheater* untuk bertemu *player non cheater*, jikalau lolos pun Garena sangat mudah menangkap *cheater* itu dan melakukan *ban* permanen. *Update* besar terakhir dari PB pun cukup menarik, yaitu PB evolution yang mengganti UI dari *game* PB lebih enak dipandang, dan terasa sangat modern.

- Banyak *Tournament*

Hal ini tentu membuat PB Garena semakin hidup, belum lagi team yang berlatih merekam atau *live game* mereka dan disajikan di internet yang secara tidak langsung membuat para *player* terus semangat bermain baik lokal, nasional, maupun internasional.

- *Gameplay* Sudah Melekat

Para *player* PB sudah terlalu mengenal segala bentuk *gameplay*, *map*, dan lain-lain. Oleh karena itu, para pemain lama sedikit susah untuk *move on* dari PB, beberapa dari mereka mungkin malas menghabiskan waktu untuk mempelajari *game* baru dimana *map* dan *gameplay* tentu sangat berbeda. Hal ini membuat *player* PB yang lama tetap bertahan di PB meski hanya bermain untuk nostalgia.

- *Cash*

Merupakan suatu *voucher* dalam *game* PB untuk membeli *skin*, senjata, item, dan *character*. Meski demikian harga *cash* dari PB cukup murah. Dibanding dengan *free game cash* yang lainnya, *cash game* PB tergolong sangat mudah dicari dapat dicari di berbagai tempat warnet.

- *Cheater*

Player game PB yang berbuat curang dalam permainan PB, biasanya agar lebih mempermudah untuk bermain *game* tersebut.

- *Cash* Mudah Dibeli

PB termasuk *game* yang cukup tergantung dengan *cash*, karena point atau uang yang didapat dari setiap *game* sangat sulit untuk didapat atau lebih digunakan membeli misi untuk *title* daripada senjata. Meski demikian harga *cash* dari PB cukup murah dibanding dengan *free game cash* yang lain, *game* PB tergolong sangat mudah dicari, hampir di setiap warnet menjual *cash* tersebut.

Customer Experience yang diberikan oleh *game* PB merupakan dapat dimainkan secara beregu dengan membentuk kerjasama tim yang mengharuskan antar tim menyusun strategi dan menciptakan organisasi yang baik agar dapat memenangi *game* tersebut. *Game* dengan format FPS (*First Person Shooter*) ini telah menarik perhatian para *gamers* dengan grafiknya yang memukau dan efek-efek yang mendekati nyata, selain itu efek darah juga ditampilkan untuk menghidupkan suasana peperangan.

Buying experience dan *Repurchase Intention* konsumen biasanya dipengaruhi dengan harga dan keamanan pembayaran yang diberikan oleh penyalur di *game* PB yaitu Garena. Garena memberikan banyak penawaran kepada konsumen untuk membeli *Cash* PB dengan memberikan potongan harga yang lebih murah. Sistem pembayaran yang diberikan sangat bervariasi dengan memiliki sistem pembayaran melalui banyak bank, pulsa atau *credit/debit card* yang telah disediakan. Tempat pembelian lain juga banyak tersedia di berbagai *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Dana, Ovo, Codagames, Unipin, dan sebagainya.

Banyak keuntungan yang diberikan oleh PB adalah dengan memberikan hadiah lebih banyak kepada pemain yang membeli *cash*, agar kepuasan saat bermain lebih meningkat dengan memiliki *skin* senjata dan *character* yang lebih bagus dan tampilan dalam *gameplay* lebih menarik daripada *skin* original yang digunakan.

Cash PB dapat dibeli untuk membeli *skin* senjata mulai dari pistol hingga pisau, *character* yang dapat digunakan, dan juga bisa membeli *banner* untuk

meningkatkan daya tarik pemain lainnya. Para pemain PB sangat gemar membeli *cash*, agar mendapatkan tampilan ketika bermain lebih “*exclusive*” daripada pemain yang hanya menggunakan *skin* original baik dari senjata maupun *character* yang digunakan. Oleh karena itu, para pemain rela mengeluarkan uang dengan cuma-cuma untuk membeli *cash* yang dapat ditukarkan menjadi senjata yang mereka inginkan.

Untuk menguji *customer experience* terhadap *repurchase intention*, penulis melakukan pra penelitian terhadap 30 orang yang bermain *game* PB di Kota Bandung. Pra penelitian tersebut mendapatkan hasil sebagai berikut :

Pra penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 orang pemain PB dan sudah pernah membeli *cash* baik secara *online* maupun secara langsung di kota Bandung.

1. *Customer Experience* dalam bermain PB

Tabel 1.1 Pra Penelitian *Customer Experience*

	Ya	Tidak
Tampilan <i>games</i> PB menarik secara keseluruhan (<i>gameplay</i> , grafik, pergerakan)	29	1
Saya menikmati permainan PB	30	0
Memiliki <i>skin</i> senjata memberikan rasa percaya diri dan bangga	28	2
Mencapai <i>rank</i> tertentu memberikan perasaan bangga	29	1
Bermain PB membuat saya menjadi bagian dari komunitas sesama pemain	30	0
Bermain PB membuka kesempatan untuk saya berinteraksi dalam kelompok	30	0

Sumber: Penelitian terdahulu yang telah dipublikasi

2. *Repurchase Intention Cash* PB

Tabel 1.2 Pra Penelitian *Repurchase Intention*

	Ya	Tidak
Saya pernah membeli <i>cash</i> di situs PB	30	0
Saya berminat membeli lagi <i>cash</i> di situs PB	26	4

Sumber: Penelitian terdahulu yang telah dipublikasi

Dari pra penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Customer Experience*

Dari 30 responden, hampir semua mengisi pernah merasakan pengalaman yang lebih ketika bermain *game* PB. Hampir semua responden menikmati pengalaman yang diberikan oleh PB. Selain menikmati kualitas grafik, para responden pun merasa bangga dan percaya diri ketika memiliki *skin* atau *rank* tertentu.

2. *Repurchase Intention*

Semua responden yang sudah pernah membeli *cash* di situs PB dan sebagian besar responden ingin membeli kembali *cash* di situs PB.

Dari hasil pra penelitian ini, dapat dilihat bahwa adanya pengalaman yang bernilai positif saat bermain PB, maupun ketika membeli *cash* PB melalui situs yang disediakan oleh PB dan terdapat adanya minat untuk melakukan pembelian ulang melalui situs PB.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah disampaikan pada latar belakang, maka dari itu penulis merumuskan pokok permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana *customer experience* konsumen setelah membeli *cash* PB?
2. Bagaimana *repurchase intention* konsumen setelah membeli *cash* PB?
3. Bagaimana pengaruh *customer experience* konsumen terhadap *repurchase intention* untuk membeli *cash* PB?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disusun, penulis menentukan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Mengetahui tingkat *customer experience* konsumen setelah membeli *cash* PB.
2. Mengetahui tingkat *repurchase intention* konsumen untuk membeli kembali *cash* PB.
3. Mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention* gamers PB.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan dan tujuan penelitian, penulis berharap agar hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap sebagai salah satu proses pembelajaran agar dapat memperluas dan memperdalam wawasan khususnya dalam hal *customer experience* dan *repurchase intention*.

2. Bagi perusahaan

Memberikan masukan berupa informasi mengenai *customer experience* sebagai sebuah variabel yang perlu diketahui implikasinya terhadap *repurchase intention*. Kemudian informasi yang terkumpul akan dikaitkan secara teoritis, sehingga bisa diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam hal meningkatkan *volume* penjualan dan menarik pembeli untuk melakukan pembelian ulang.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk mendukung kajian ilmu administrasi bisnis, yaitu *customer experience* dan *repurchase intention*.