

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK GAME
TERHADAP NIAT PAKAI *FREE FIRE***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh:

LEONARD STEVEN SINAGA

6031801126

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2022

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF GAME
PRODUCT ATTRIBUTES ON INTENTION TO USE
OF FREE FIRE**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

By:

LEONARD STEVEN SINAGA

6031801126

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Accredited by National Accreditation Agency

No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2022

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK *GAME*
TERHADAP NIAT PAKAI *FREE FIRE*

Oleh:

Leonard Steven Sinaga
6031801126

Bandung, Januari 2022

Ketua Program Sarjana Manajemen,

(Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.)

Pembimbing Skripsi,

(Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng.)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Leonard Steven Sinaga
Tempat, tanggal lahir : Bengkulu, 26 Mei 2000
NPM : 6031801126
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK *GAME*
TERHADAP NIAT PAKAI *FREE FIRE*”**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal 13 Januari 2022

Pembuat pernyataan:



(Leonard Steven Sinaga)

ABSTRAK

Bermain *mobile game* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang ketika sedang memiliki waktu luang. Salah satu genre yang banyak digemari saat ini adalah *battle royal*. Adapun *game* dengan genre tersebut yang sedang banyak dimainkan saat ini adalah *PUBG mobile* dan dilanjutkan oleh *Free Fire*. Dari jumlah *user active* (pengguna aktif), *Free Fire* belum dapat menyaingi *PUBG mobile*. Dengan genre dan *gameplay* yang sama, kedua permainan tersebut juga tentu memiliki atribut produk yang hampir sama. Apabila ingin menarik lebih banyak lagi jumlah pengguna *Free Fire*, perlu diketahui apakah terdapat perbedaan atribut-atribut produk yang mampu memudahkan dan menarik perhatian *player* (pemain) dalam kedua permainan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen tentang atribut produk terhadap niat pakai pada *game Free Fire* dan *PUBG mobile*. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif dan *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 202 orang yang pernah bermain *game Free Fire* dan *PUBG mobile*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner dan observasi. Data dalam penelitian ini diolah dan dianalisis dengan metode deskriptif dan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil dari analisis regresi linear sederhana untuk kedua objek penelitian adalah terdapat pengaruh positif antara variabel atribut produk (X) terhadap variabel niat pakai (Y). Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi pada atribut produk *Free Fire* lebih rendah dibandingkan dengan *PUBG mobile*, niat pakai *Free Fire* cenderung sedang (tidak tinggi dan tidak rendah), serta niat pakai *PUBG mobile* cenderung tinggi.

Kata kunci: Atribut produk, Niat pakai, *Free Fire*, *PUBG Mobile*,

ABSTRACT

Playing mobile games is one of the activities carried out by someone when they have free time. One of the most popular genres today is battle royale. The game with this genre that is being played a lot at the moment is PUBG mobile and continued by Free Fire. From the number of active users (active users), Free Fire has not been able to compete with PUBG mobile. With the same genre and gameplay, the two games also have almost the same product attributes. If you want to attract more Free Fire users, you need to know whether there are differences in product attributes that can make it easier and attract the attention of players in the two games.

This study aims to determine consumer perceptions of product attributes on intention to use the Free Fire game and PUBG mobile. The method in this research is descriptive and explanatory research. The sample in this study was 202 people who had played Free Fire and PUBG mobile games. The data in this study were obtained by distributing questionnaires and observations. The data in this study were processed and analyzed by descriptive methods and using simple linear regression analysis.

The result of simple linear regression analysis for the two research objects is that there is a positive influence between the product attribute variable (X) on the intention to use variable (Y). The results of the descriptive analysis show that perceptions of Free Fire product attributes are lower than PUBG mobile, intentions to use Free Fire tend to be moderate (not high and not low), and intentions to use PUBG mobile tend to be high.

Key words: Product attribute, intention to use, Free Fire, PUBG Mobile,

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena telah memberikan kelancaran, kesabaran, berkat serta kasih yang melimpah sepanjang mengerjakan skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK GAME TERHADAP NIAT PAKAI *FREE FIRE*”** sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan sarjana strata-1 Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ekonomi Program studi Manajemen. Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis merasa bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat berterimakasih kepada pihak yang telah berkontribusi dalam membantu menyempurnakan skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih secara khusus kepada:

1. Bapak Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng. selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing penulis dari awal menyusun skripsi sampai skripsi selesai, beliau dengan semangat memberi bimbingan, dorongan, masukan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebaik-baiknya.
2. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang selalu memberikan arahan dan sosialisasi hingga saat ini.
3. Ibu Dr. Judith Felicia Pattiwael, Dra., MT. selaku dosen wali penulis yang telah memberikan pendampingan dari semester pertama hingga saat ini.
4. Seluruh dosen dan *staff* FE Unpar yang telah memberi ilmu dan membantu penulis dalam berbagai hal administratif yang perlu dilakukan selama kuliah.
5. Orang tua serta keluarga penulis yang selalu memberikan bantuan dalam bentuk doa, materi, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Teman-teman dekat penulis yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta menjadi tempat berkeluh kesah saat mengerjakan skripsi.

7. Teman-teman satu bimbingan yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang saling mendukung dan membantu ketika mengerjakan skripsi.
8. *Mobile Legend* dan *Anime* yang selalu menemani penulis ketika sedang *burnout* dalam mengerjakan skripsi.

Bandung, Januari 2022



Leonard Steven Sinaga

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.5. Kerangka Pemikiran	13
BAB 2	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. <i>Mobile Application</i>	16
2.2. <i>Game Online</i>	16
2.3. Persepsi Konsumen	17
2.4. Produk	17
2.4.1. Atribut Produk	18
2.5. Niat Pakai	29
2.6. Hubungan Antar Variabel Atribut Produk dengan Niat Pakai	36
BAB 3	40
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	40
3.1. Metode dan Jenis Penelitian	40
3.2. Teknik Pengumpulan Data	40
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	42
3.5. Pengukuran Variabel	46
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	46

3.6.1. Uji Validitas	46
3.6.2. Uji Reliabilitas	49
3.7. Teknik Analisis Data	51
3.7.1. Analisis Deskriptif	51
3.7.2. Analisis Regresi Linear Sederhana	52
3.7.3. Analisis Uji <i>Independent Sample t-test</i>	56
3.8. Objek Penelitian	58
3.8.1. Unit Analisis	58
3.8.2. Profil Perusahaan	58
3.9. Profil Responden	59
3.9.1. Umur dan Jenis Kelamin.....	59
3.9.2. Pendidikan Terakhir Responden.....	60
3.9.3. Pekerjaan Responden.....	61
3.9.3. Besar Pengeluaran per Bulan.....	62
3.9.4. Waktu yang Dhabiskan untuk Bermain <i>Game Mobile</i> dalam Sehari .	63
3.9.5. Faktor yang Mendasari untuk Bermain <i>Game Mobile</i>	64
3.9.6. Alasan dalam Memilih Suatu <i>Brand Game Mobile</i> untuk Dimainkan	65
3.9.7. Genre <i>Game</i> yang Dimainkan Baru-baru Ini.....	66
3.9.8. Lama Telah Bermain <i>Game Battle Royal</i>	67
3.9.9. <i>Game Battle Royal</i> yang Sedang Dimainkan.....	68
3.9.10. Perilaku Melakukan Pembelian di Dalam <i>Game Battle Royal</i>	69
BAB 4	71
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	71
4.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Atribut Produk.....	71
4.1.2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Pakai	99
4.2. Analisis Uji <i>Independent Sample t-test</i>	102
4.2.1. Hasil Uji <i>Independent Sample t-test</i> Variabel Atribut Produk	103
4.2.2. Hasil Uji <i>Independent Sample t-test</i> Variabel Niat Pakai.....	105
4.3. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik <i>Free Fire</i>	107
4.4. Analisis Uji Regresi Linear Sederhana <i>Free Fire</i>	110

4.4.1. Hasil Analisis Uji Regresi Linear Sederhana <i>Free Fire</i>	110
4.5. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik <i>PUBG Mobile</i>	116
4.6. Analisis Uji Regresi Linear Sederhana <i>PUBG Mobile</i>	119
4.6.1. Hasil Analisis Uji Regresi Linear Sederhana <i>PUBG Mobile</i>	119
BAB 5	126
KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1. Kesimpulan	126
5.1.1. Persepsi Konsumen pada Atribut Produk <i>Free Fire</i>	126
5.1.2. Persepsi Konsumen pada Niat Pakai <i>Free Fire</i>	128
5.1.3. Pengaruh Atribut Produk terhadap Niat Pakai <i>Free Fire</i>	128
5.1.4. Persepsi Konsumen pada Atribut Produk <i>PUBG Mobile</i>	129
5.1.5. Persepsi Konsumen pada Niat Pakai <i>PUBG Mobile</i>	131
5.1.6. Pengaruh Atribut Produk terhadap Niat Pakai <i>PUBG Mobile</i>	131
5.1.7. Perbedaan Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk	132
5.1.8. Perbedaan Persepsi Konsumen Tentang Niat Pakai	132
5.2. Saran	133
5.2.1. Aspek Atribut Produk pada <i>Free Fire</i>	133
5.2.2. Aspek Atribut Produk pada <i>PUBG Mobile</i>	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	139
Kuesioner Penelitian	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Device Yang Digunakan Dalam Bermain Games.....	1
Gambar 1. 2 Peringkat Game Mobile Esports Paling Populer.....	4
Gambar 1. 3 Peringkat Aplikasi <i>Mobile</i> Berdasarkan Pemain Aktif Bulanan.....	5
Gambar 1. 4 Peringkat Aplikasi <i>Mobile</i> Berdasarkan <i>Consumer Spend</i>	6
Gambar 1. 5 Logo Free Fire	7
Gambar 1. 6 Model Konseptual	15
Gambar 3. 1 Kriteria Uji F (One-tailed test).....	54
Gambar 3. 2 Kriteria Uji t (One-tailed test)	55
Gambar 3. 3 Kriteria Uji t (Two-tailed test)	57
Gambar 3. 4 Logo Garena.....	58
Gambar 4. 1 Kualitas Grafis dalam PUBG Mobile.....	72
Gambar 4. 2 Kualitas Grafis dalam Free Fire	73
Gambar 4. 3 Perbandingan Kualitas Grafis dalam HD	73
Gambar 4. 4 <i>Map Free Fire</i>	74
Gambar 4. 5 Map PUBG Mobile	75
Gambar 4. 6 Kecerahan Pandang Ketika Melihat Musuh dalam Free Fire	76
Gambar 4. 7 Kecerahan Pandang Ketika Melihat Musuh dalam PUBG Mobile..	77
Gambar 4. 8 Tampilan Posisi Icon dan Equipment Free Fire	78
Gambar 4. 9 Tampilan Posisi Icon dan Equipment PUBG Mobile	78
Gambar 4. 10 Antrian Unduhan Resource Free Fire	79
Gambar 4. 11 Antrian Unduhan Resource PUBG Mobile.....	80
Gambar 4. 12 Pengaturan Sensitivitas Free Fire.....	82
Gambar 4. 13 Pengaturan Sensitivitas PUBG Mobile	83
Gambar 4. 14 Tampilan Error pada Free Fire	85
Gambar 4. 15 Tampilan Error pada PUBG Mobile	86
Gambar 4. 16 Tampilan Karakter dan Skin dalam Free Fire	87
Gambar 4. 17 Tampilan Karakter dan Skin dalam PUBG Mobile	88
Gambar 4. 18 Perlengkapan Senjata pada PUBG Mobile.....	89
Gambar 4. 19 Karakter dalam Free Fire.....	91

Gambar 4. 20 Karakter dalam PUBG Mobile.....	91
Gambar 4. 21 Customize Default Character pada PUBG Mobile	92
Gambar 4. 22 Tampilan Halamn Utama Free Fire.....	93
Gambar 4. 23 Tampilan Halaman Utama PUBG Mobile	94
Gambar 4. 24 Tampilan Free Fire Spesial Natal.....	95
Gambar 4. 25 Tampilan PUBG Mobile Spesial Natal	95
Gambar 4. 26 Perbandingan Grafis Free Fire dan PUBG Mobile saat Berlari.....	96
Gambar 4. 27 Perbandingan Grafis Free Fire dan PUBG saat Berkendara	97
Gambar 4. 28 Kriteria Uji t (Two-tailed test)	105
Gambar 4. 29 Kriteria Uji t (Two-tailed test)	107
Gambar 4. 30 <i>Histogram Free Fire</i>	108
Gambar 4. 31 <i>P-Plot Free Fire</i>	108
Gambar 4. 32 <i>Scatterplot Free Fire</i>	109
Gambar 4. 33 Kriteria Uji F (One-tailed test)	112
Gambar 4. 34 Kriteria Uji t	114
Gambar 4. 35 Model Regresi Penelitian Free Fire.....	115
Gambar 4. 36 <i>Histogram PUBG Mobile</i>	117
Gambar 4. 37 <i>P-Plot PUBG Mobile</i>	117
Gambar 4. 38 <i>Scatterplot PUBG Mobile</i>	118
Gambar 4. 39 Kriteria Uji F (One-tailed test)	121
Gambar 4. 40 Kriteria Uji t	123
Gambar 4. 41 Model Regresi Penelitian <i>PUBG Mobile</i>	124

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Game Battle Royal Apa Saja yang Pernah Anda Mainkan?.....	9
Grafik 1. 2 Alasan Anda Tidak Menggunakan atau Tidak Bermain Free Fire? ...	10
Grafik 3. 1 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	59
Grafik 3. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Grafik 3. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60
Grafik 3. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Grafik 3. 5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	62
Grafik 3. 6 Berdasarkan Waktu yang Dhabiskan untuk Bermain Game Mobile.	63
Grafik 3. 7 Profil Responden Berdasarkan Faktor dalam Bermain <i>Game Mobile</i>	64
Grafik 3. 8 Berdasarkan Alasan Memilih Suatu <i>Brand Game</i> untuk Dimainkan.	65
Grafik 3. 9 Berdasarkan Genre Game yang Dimainkan Baru-baru Ini.....	66
Grafik 3. 10 Berdasarkan Lama Telah Bermain <i>Game Battle Royal</i>	67
Grafik 3. 11 Berdasarkan Game Battle Royal yang Sedang Dimainkan	68
Grafik 3. 12 Pernah atau Tidak Melakukan Pembelian di <i>Game Battle Royal</i>	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Unduhan <i>Games</i> Dengan <i>Genre Battle Royal</i>	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Mengenai Atribut Produk.....	21
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Mengenai Niat Pakai	30
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Hubungan Antar Variabel.....	36
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel X (Atribut Produk).....	42
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Y (Niat Pakai)	45
Tabel 3. 3 Kriteria Uji Korelasi <i>Pearson</i>	47
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk (X)	48
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Niat Pakai (Y)	49
Tabel 3. 6 Nilai Koefisien Item agar Dinyatakan Reliabel	50
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X: Atribut Produk	50
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y: Niat Pakai	50
Tabel 4. 1 Grafis Game Battle Royal dalam Permainan.....	71
Tabel 4. 2 Kualitas Tampilan Grafis Saat Bermain (<i>In-game</i>)	72
Tabel 4. 3 Map & Battlefield yang Dimiliki Game	74
Tabel 4. 4 Kemudahan Melihat Musuh dengan Kecerahan dalam <i>Battlefield</i>	76
Tabel 4. 5 Kemudahan Memosisikan <i>Icon</i> dan Tampilan <i>Equipment</i>	77
Tabel 4. 6 Kemudahan Mengunduh <i>Resource Game</i> Sesuai yang Dibutuhkan ...	79
Tabel 4. 7 Kemudahan Ketika <i>Update Patch Notes</i> dapat Ditunda.....	80
Tabel 4. 8 Kecepatan dalam <i>Matchmaking</i> (Menemukan Lawan)	81
Tabel 4. 9 Sensitivitas Tombol dan Layar Permainan	82
Tabel 4. 10 Sensor Untuk Kemudahan Dalam Menggerakkan <i>Analog</i>	83
Tabel 4. 11 Kecepatan Dalam Hal Perbaikan <i>Bug</i>	84
Tabel 4. 12 Kecepatan Dalam Hal <i>Fix Error</i>	85
Tabel 4. 13 Efek Animasi Dalam Permainan.....	86
Tabel 4. 14 Gaya Tampilan Dari Karakter dan <i>Skin</i>	87
Tabel 4. 15 <i>Equipment</i> Seperti Senjata, Kendaraan, Sumber Daya Lainnya.....	88
Tabel 4. 16 Karakter dan <i>Skin</i> yang Dimiliki.....	90
Tabel 4. 17 Desain Tampilan dari <i>Game</i>	93

Tabel 4. 18 Warna dan Tema <i>Display game</i>	94
Tabel 4. 19 Tampilan <i>Battlefield</i> dalam <i>Game</i>	96
Tabel 4. 20 Tampilan <i>Equipment</i> Seperti Senjata, Kendaraan, Sumber Daya	97
Tabel 4. 21 Analisa Perbedaan Menyeluruh Persepsi Terhadap Atribut Produk..	98
Tabel 4. 22 Ketertarikan Untuk Mempertimbangkan <i>Game Battle Royal</i>	99
Tabel 4. 23 Ketertarikan Untuk Mencoba Memainkan <i>Game Battle Royal</i>	100
Tabel 4. 24 Ketertarikan Untuk Menggunakan <i>Game Battle Royal</i>	100
Tabel 4. 25 Niat Untuk Memainkan <i>Game Battle Royal</i>	101
Tabel 4. 26 Analisa Perbedaan Menyeluruh Persepsi Terhadap Niat Pakai	102
Tabel 4. 27 Group Statistics Atribut Produk.....	104
Tabel 4. 28 Independent Sampel Test Atribut Produk.....	104
Tabel 4. 29 Group Statistics Niat Pakai	106
Tabel 4. 30 Independent Sample Test Niat Pakai	106
Tabel 4. 31 Variables Entered/Removed Free Fire	110
Tabel 4. 32 ANOVA Free Fire.....	111
Tabel 4. 33 Coefficients Free Fire.....	113
Tabel 4. 34 Model Summary Free Fire	116
Tabel 4. 35 Variables Entered/Removed PUBG Mobile	119
Tabel 4. 36 ANOVA PUBG Mobile.....	120
Tabel 4. 37 <i>Coefficients</i> PUBG Mobile.....	122
Tabel 4. 38 Model Summary PUBG Mobile	125

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini, dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat menjadikan *smartphone* sebagai suatu alat yang tersedia untuk masyarakat umum. Peran teknologi komunikasi pada *smartphone* ini sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Ini cepat dan akurat. *Smartphone* sebelumnya hanya dapat digunakan untuk melakukan panggilan telepon dan mengirim pesan teks singkat, tetapi sekarang dapat digunakan untuk berselancar di internet, melakukan panggilan video dan ngobrol, bermain media sosial, dan bermain *game*.

Gambar 1. 1 Persentase *Device* Yang Digunakan Dalam Bermain *Games*



Sumber: DataReportal.com

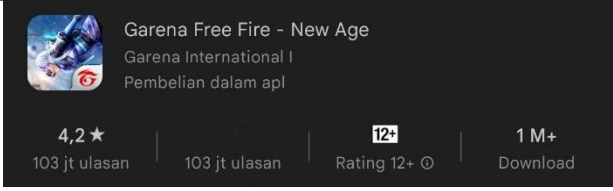
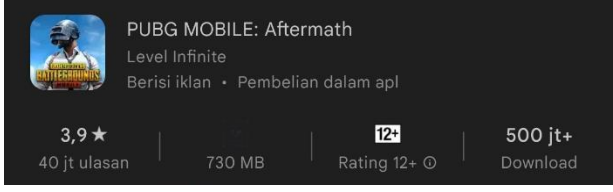
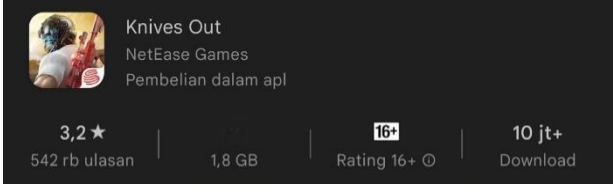
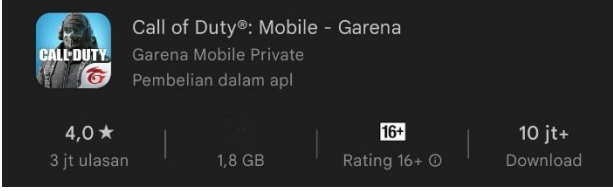
Salah satu hal yang bisa digunakan untuk hiburan *smartphone* adalah *game*. Di Indonesia sendiri orang-orang cenderung bermain *games* menggunakan *smartphone* apabila dibandingkan dengan *devices* lainnya seperti komputer/ *PC* maupun *console*. Dengan adanya berbagai *mobile games* juga mempengaruhi pemakaian *smartphone* sebagai media bermain *games* tersebut. Menurut hasil *Decision Lab and Mobile Marketing Association (MMA)* dalam surveinya terkait *gaming* di Indonesia, menyebutkan jumlah *mobile gamers* di Tanah Air sudah mencapai 60 juta orang.

Game bukan hanya untuk hiburan. Kehadiran permainan telah ditemukan membawa banyak manfaat positif, termasuk kinerja otak yang lebih baik, mengurangi stres, dan keterampilan pengambilan sebuah keputusan dan pemecahan masalah yang lebih baik. Kegunaan *game* seluler dan peningkatan interaksi antara teknologi, bisnis, dan lembaga bantuan keuangan akan memungkinkan pengembang *game* untuk terus mengembangkan aplikasi *game* seluler. Salah satu genre yang populer saat ini dan sedang berkembang adalah genre *battle royale*.

Genre *Battle Royal* mengandung banyak konsep permainan yang majemuk, tetapi mudah dipahami. Tipe ini menggabungkan unsur bertahan hidup, eksplorasi, dan pencarian/penggalian dengan orang terakhir. Setiap *player* (pemain) berusaha untuk tetap bertahan hidup dan menjadi orang terakhir yang hidup. Bunuh atau kalahkan pemain yang lain. Dalam skala yang lebih besar, mulai dari peralatan yang paling sedikit, kita harus mencari peralatan yang dibutuhkan (dimulai dengan baju besi, senjata, dan peralatan lain yang tersebar di peta) untuk mengalahkan lawan sambil menghindari terjebak di zona yang akan terus mengecil selama permainan berlangsung.

Berkiprahnya *genre battle royal* ini dimulai saat dirilisnya *Free Fire* pada 30 September 2017 yang dilanjutkan dengan rilisnya *PUBG mobile* pada 9 Februari 2018 yang berlanjut pada *game battle royal* lainnya. Sebenarnya, sebelum dua *game* ini muncul sudah ada banyak permainan *game battle royale* yang menarik perhatian para pecinta *game*, seperti *Cyber Hunter*, *Rules of Survivor* dan *Knives out*. *PUBG Mobile* dan *Garena Free Fire* adalah dua disiplin *mobile* paling populer saat ini, dan keduanya termasuk dalam *genre battle royale*. Kedua *game* ini sangat mirip satu sama lain, dan persaingan di antara keduanya tersebut telah meningkat pesat.

Tabel 1.1 Jumlah Unduhan Games Dengan Genre Battle Royal

<i>Games Battle Royal</i>	Jumlah Unduhan
 <p>Garena Free Fire - New Age Garena International I Pembelian dalam apl</p> <p>4,2 ★ 103 jt ulasan</p> <p>103 jt ulasan</p> <p>12+ Rating 12+ ⓘ</p> <p>1 M+ Download</p>	<p>Lebih dari 1 miliar unduhan (Sampai dengan Desember 2021)</p>
 <p>PUBG MOBILE: Aftermath Level Infinite Berisi iklan • Pembelian dalam apl</p> <p>3,9 ★ 40 jt ulasan</p> <p>730 MB</p> <p>12+ Rating 12+ ⓘ</p> <p>500 jt+ Download</p>	<p>Lebih dari 500 juta unduhan (Sampai dengan Desember 2021)</p>
 <p>Knives Out NetEase Games Pembelian dalam apl</p> <p>3,2 ★ 542 rb ulasan</p> <p>1,8 GB</p> <p>16+ Rating 16+ ⓘ</p> <p>10 jt+ Download</p>	<p>Lebih dari 10 juta unduhan (Sampai dengan Desember 2021)</p>
 <p>Call of Duty®: Mobile - Garena Garena Mobile Private Pembelian dalam apl</p> <p>4,0 ★ 3 jt ulasan</p> <p>1,8 GB</p> <p>16+ Rating 16+ ⓘ</p> <p>10 jt+ Download</p>	<p>Lebih dari 10 juta unduhan (Sampai dengan Desember 2021)</p>

Sumber: *Play Store*

Dari segi jumlah unduhan, *game Free Fire* terlihat lebih unggul dibandingkan dengan *game battle royal* lainnya. Namun, dari segi popularitas jumlah unduhan belum menjawab hal tersebut. Justru saat ini, *PUBG mobile* menjadi *brand game* yang paling sering disebutkan dan diketahui oleh banyak orang bahkan orang yang belum pernah memainkannya sekali pun. Jadi, meskipun jumlah unduhan dari *Free Fire* lebih banyak dibandingkan dengan *game battle royal* lainnya tidak mengindikasikan bahwa *Free Fire* adalah *brand game mobile battle royal* yang paling populer.

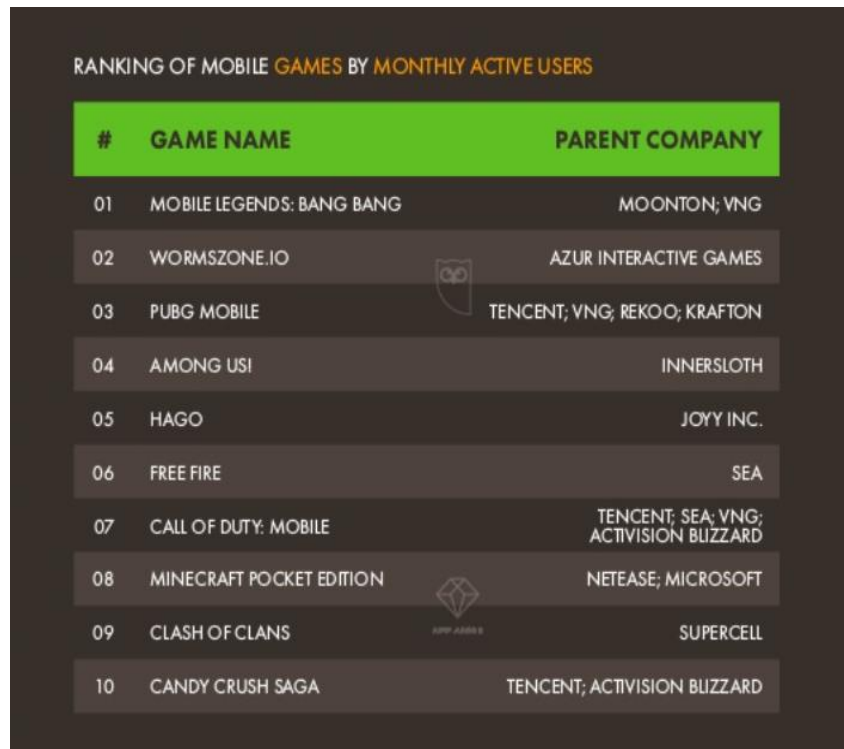
Gambar 1. 2 Peringkat *Game Mobile Esports* Paling Populer



Sumber: Esportcharts.com

Dari **gambar 1.2** di atas, dapat dilihat bahwa pesaingnya *PUBG mobile* merupakan *game mobile esport* paling populer dengan jumlah *hours watch* sebanyak 134,5 juta di seluruh *platform*. Lalu, dilanjutkan oleh *Free Fire* sendiri dengan jumlah *hours watch* sebanyak 132,2 juta di seluruh *platform*. Penonton atau *audience* dalam hal ini tentu adalah orang-orang yang pernah atau sedang memainkan *game mobile*. Hal tersebut tentu mengindikasikan bahwa *audiences* tersebut paham tentang *games* yang mereka tonton. Bentuk ketertarikan mereka tergantung dari jenis *game* dan *gameplay* serta pemahaman mereka tentang mekanisme dalam bermain permainan tersebut. Semakin bagus dan menarik suatu *games mobile*, dapat menjadi salah satu faktor yang menjadikannya semakin populer.

Gambar 1. 3 Peringkat Aplikasi *Mobile* Berdasarkan Pemain Aktif Bulanan



A ranking chart titled "RANKING OF MOBILE GAMES BY MONTHLY ACTIVE USERS" showing the top 10 mobile games. The chart is a table with three columns: Rank (#), Game Name, and Parent Company. The games are listed in descending order of rank. Some rows include small icons for the games.

#	GAME NAME	PARENT COMPANY
01	MOBILE LEGENDS: BANG BANG	MOONTON; VNG
02	WORMSZONE.IO	AZUR INTERACTIVE GAMES
03	PUBG MOBILE	TENCENT; VNG; REKOO; KRAFTON
04	AMONG US!	INNERSLOTH
05	HAGO	JOYY INC.
06	FREE FIRE	SEA
07	CALL OF DUTY: MOBILE	TENCENT; SEA; VNG; ACTIVISION BUZZARD
08	MINECRAFT POCKET EDITION	NETEASE; MICROSOFT
09	CLASH OF CLANS	SUPERCCELL
10	CANDY CRUSH SAGA	TENCENT; ACTIVISION BUZZARD

Sumber: DataReportal.com

Dilihat dari jumlah *active user* (pengguna aktif) terkhusus di Indonesia, *Free Fire* berada pada urutan ke-6 sebagai *game mobile* dengan pengguna aktif terbanyak. Sedangkan, salah satu pesaingnya *PUBG mobile* berada di atasnya dengan peringkat ke-3 sebagai *game mobile* dengan pengguna aktif terbanyak. Namun, apabila dilihat hanya dari sudut pandang sebagai *game mobile* dengan genre *battle royal* yang memiliki *active user* terbanyak, maka *PUBG mobile* akan beradap pada urutan pertama yang kemudian disusul oleh *Free Fire* pada posisi kedua, serta *Call od Duty Mobile* pada posisi ketiga.

Gambar 1. 4 Peringkat Aplikasi *Mobile* Berdasarkan *Consumer Spend*

#	GAME NAME	PARENT COMPANY
01	FREE FIRE	SEA
02	MOBILE LEGENDS: BANG BANG	VNG; MOONTON
03	RISE OF KINGDOMS	LILITH; ORIGINAL ENTERTAINMENT
04	PUBG MOBILE	KRAFTON; VNG; TENCENT; REKOO
05	HIGGS DOMINO ISLAND	BOKE
06	LORDS MOBILE	FANTASY PLUS; IGG
07	CLASH OF CLANS	SUPERCCELL
08	HAGO	JOYY INC.
09	STATE OF SURVIVAL	FUNPLUS
10	ROBLOX	ROBLOX

Sumber: DataReportal.com

Dilihat dari jumlah unduhan atau *download* secara global pada *games* bergenre *battle royal*, *Free Fire* masih mengungguli para pesaingnya. Meskipun dari jumlah pengguna aktif masih kalah dibandingkan dengan *PUBG mobile*, dalam hal *consumer spend* (total uang yang dibelanjakan untuk *game tersebut*) *Free Fire* menjadi urutan pertama di Indonesia.

Akan tetapi, tidak berbanding lurus dengan perihal *consumer spend* maupun jumlah unduhan milik *Free Fire*, *revenue* yang diperoleh justru lebih kecil dibandingkan dengan *PUBG mobile*. Dalam hal ini yang menjadi komponen dari *mobile game revenue* merupakan pendapatan yang diperoleh atau dihasilkan melalui *in-app purchases* (pembelian dalam aplikasi), *Subscription* (langganan), atau pemasangan berbayar dari aplikasi yang dikategorikan sebagai *game* oleh *app store* atau *play store*.

Saat ini, antara *Free Fire* dan *PUBG mobile* belum ada yang bisa menyaingi kedua *game online* terpopuler tersebut. Dalam penelitian ini, penulis

ingin fokus pada salah satu *game battle royale* terpopuler yaitu *Free Fire*. *Free Fire* dan *games* bergenre *battle royal* lainnya saat ini sedang bersaing memperebutkan pangsa pasar. Persaingan ini untuk memperebutkan perhatian dari para konsumen melalui berbagai fungsi dan fitur yang dikembangkan dari adanya perkembangan industri *game global*. Perusahaan-perusahaan berinovasi dengan mengembangkan kenyamanan, kemudahan dan pengalaman bagi para pemain. Oleh sebab itu, penulis akan menganalisis game tersebut dimana merupakan salah satu *game yang* sedang ramai peminat di Indonesia untuk jenis *game battle royal*. Adapun profil game tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 1. 5 Logo Free Fire



Sumber: www.wikipedia.com

Free Fire adalah *game battle royale* untuk *Android dan iOS* yang dikembangkan oleh 111 Dots Studio serta diterbitkan oleh Garena. Pada tahun 2019, *Free Fire* menjadi salah satu *game seluler* yang paling banyak di *download* di dunia.

- Alur permainan

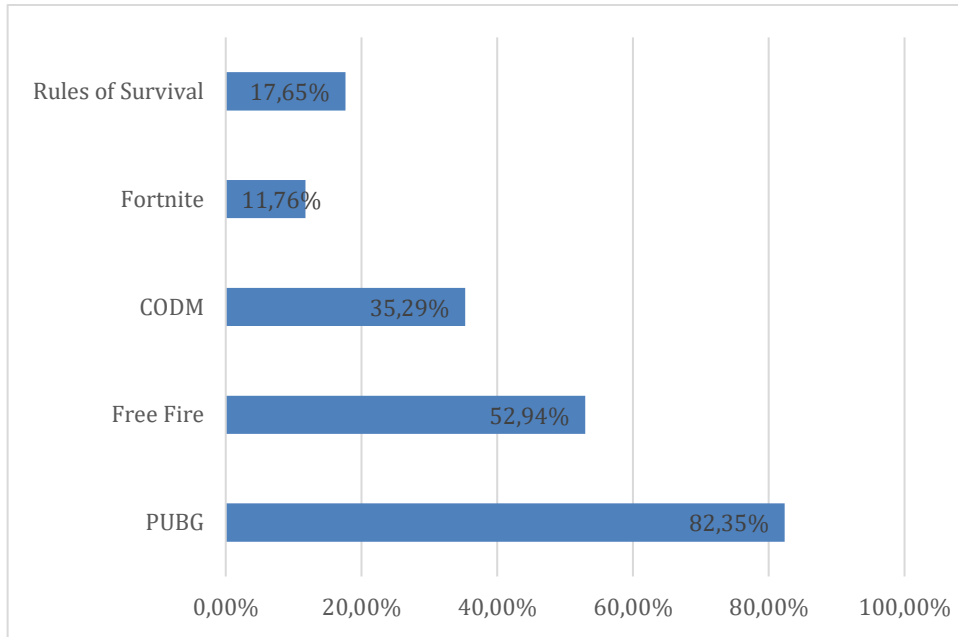
Free Fire adalah game petualangan (*online battle royale*) orang ketiga. Dalam game tersebut, sebanyak 50 pemain diterjunkan ke suatu pulau untuk mencari senjata dan perlengkapan untuk membunuh pemain lain. Pemain dapat dengan bebas memilih posisi awal, mengumpulkan senjata dan persediaan untuk memperpanjang umur tempur pemain. Saat bergabung dalam permainan, pemain akan menaiki pesawat yang terbang di atas pulau. Ketika pesawat terbang di atas pulau, pemain dapat melompat ke mana saja dan memilih tempat pendaratan yang strategis untuk menjauhi musuh. Setelah mendarat, pemain harus mencari senjata dan perbekalan. Peralatan medis, senjata besar dan sedang, granat, dan barang-barang berguna lainnya yang tersebar di pulau tersebut. Tujuan utama pemain adalah untuk sepenuhnya bertahan hidup di pulau, dengan 50 pemain lainnya yang sedang *online*. Area aman untuk bermain akan berkurang atau mengecil. Seiring waktu selama permainan, pemain yang dapat bertahan akan memasuki area atau kawasan yang lebih sempit untuk memaksa pertemuan. Pemain ataupun tim terakhir yang tersisa akan menjadi pemenang dalam permainan.

Melihat ketatnya persaingan antara *Free Fire* dengan *games* bergenre *battle royal* lainnya, penulis tertarik untuk mempelajari perusahaan tersebut. Penulis menemukan fenomena yang menarik yaitu adalah penggunaan berkala publik untuk *game battle royal* salah satunya *PUBG mobile* yang lebih banyak daripada *Free Fire*. Dalam penelitian ini, objeknya adalah *game Free Fire*. *Game* ini dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki genre dan karakteristik *game* yang menarik sehingga memberikan imajinasi dan pengalaman tanpa syarat dalam sistem *game multiplayer*.

Penulis kemudian melakukan penelitian pendahuluan (*preliminary research*) untuk mengetahui alasan dan faktor yang disukai konsumen saat memilih *game battle royal* lain daripada *Free Fire*, begitu juga sebaliknya. Jumlah unduhan, popularitas, dan pengguna aktif menjadi aspek terpenting dari penyelidikan awal. Penulis melakukan studi pendahuluan dengan melakukan wawancara kepada 17

(tujuh belas) partisipan untuk memahami niat pakai konsumen terhadap fungsi *game* tersebut. Dibawah ini merupakan hasil dari pertanyaan-pertanyaan selama penelitian pendahuluan dan jawabannya.

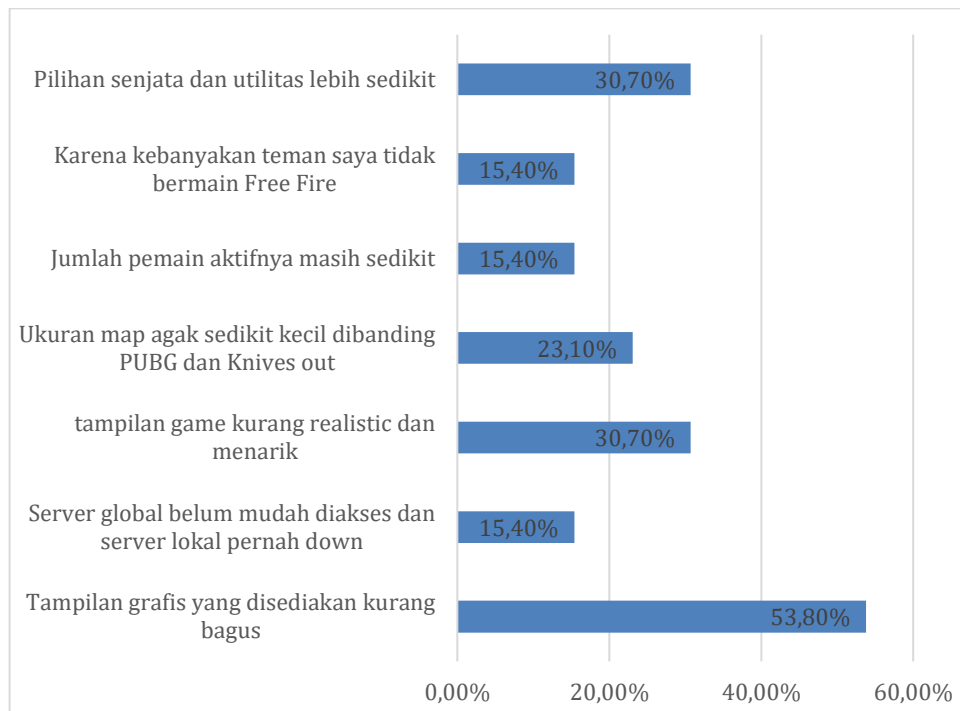
Grafik 1. 1 *Game Battle Royal* Apa Saja yang Pernah Anda Mainkan?



Sumber: Hasil olah penulis

Dari **grafik 1.1** di atas, diperoleh hasil *preliminary research* mengenai *game battle royal* apa yang pernah mereka gunakan. Dapat dilihat bahwa sejumlah 82,35% responden pernah menggunakan *PUBG mobile* dan sebanyak 52,94% responden pernah menggunakan *Free Fire*. Dari data tersebut, dapat diasumsikan bahwa lebih banyak orang-orang yang pernah menggunakan *PUBG mobile* dibandingkan dengan *Free Fire* serta *game battle royal* lainnya. Hal tersebut juga mengindikasikan bahwa *PUBG mobile* lebih populer sehingga lebih banyak orang yang menggunakannya. Indikasi tersebut juga berbanding lurus dengan jumlah *active user* (pengguna aktif) dari *PUBG mobile* yang jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan *Free Fire* dan juga *game battle royal* lainnya.

Grafik 1. 2 Apa Alasan Anda Tidak Menggunakan atau Tidak Bermain *Free Fire*?



Sumber: Hasil olah penulis

Dari hasil *preliminary research* pada **grafik 1.2** di atas, diperoleh pendapat dari para responden, dimana mereka memberikan keluhan mengenai fitur dan utilitas *in-game* dari permainan *Free Fire*, seperti jumlah jenis senjata yang kurang banyak (30,7%), fitur sudut pandang orang pertama tidak memungkinkan, serta luas dan jumlah *map* yang lebih sedikit dibandingkan dengan beberapa pesaingnya (23,1%). Beberapa aspek tersebut seperti *equipment*, *utility*, dan atribut-atribut dalam permainan menjadi hal penting untuk dipertimbangkan ketika hendak bermain, dikarenakan aspek tersebut akan mempengaruhi mekanisme bermain para pengguna dan *gameplay* mereka. Semakin para *user* atau pemain memperoleh pengalaman bermain yang baik dari mekanisme dan *gameplay in-game*, maka akan semakin tertarik mereka dengan hal tersebut. Oleh sebab itu, aspek-aspek tersebut memiliki peranan penting untuk menunjang kinerja dan daya tarik dari *Free Fire*.

Lebih lanjut, responden tersebut juga mengatakan server yang dimiliki oleh *Free Fire* hanya server lokal (15,4%), dan kualitas grafis dan karakter yang ditampilkan (53,8%) masih terlihat seperti animasi dan tidak lebih baik dibandingkan *game battle royal* lainnya. Dibandingkan dengan para pesaingnya diantara *game battle royal* lainnya, *Free Fire* dianggap memiliki grafis yang kurang bersih (*clean*), dan tajam (*sharper*), serta kurang realistis. Lalu, dari segi kecerahan (*bright*) terlihat belum seimbang dan jelas. Hal ini juga dikarenakan *Free Fire* lebih memiliki grafis yang lebih kartunis dengan kualitas lebih rendah.

Hasil dari para responden di atas baru merupakan sebagian dari banyak atribut yang dapat diperhatikan, diantaranya yaitu bentuk, fitur, kualitas kinerja, penyesuaian, kesesuaian kualitas, ketahanan, kemudahan perbaikan, keandalan, gaya, dan desain. Oleh sebab itu, menjadi penting untuk memperhatikan atribut-atribut yang dianggap penting bagi *Free Fire* yang pada akhirnya akan mendorong konsumen untuk bermain game.

Berdasarkan pendapat dan opini dari penelitian pendahuluan yang ditemukan, masalah utama tampaknya terletak pada atribut yang berbeda antara *Free Fire* dan *game bergenre battle royal* lainnya. Banyak penggemar *game Battle Royal* kecewa karena fitur game *Free Fire* secara fundamental berbeda dari para pesaingnya. Ini tentu saja mengarah pada niat pakai *game* tersebut. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa para konsumen memiliki preferensi merek yang berbeda, yang pada akhirnya akan memaksa konsumen untuk memilih salah satu dari merek *battle royal* untuk dipakai. Dengan pemikiran tersebut, penulis tertantang melakukan penelitian untuk menganalisis persepsi konsumen tentang atribut game online *Free Fire* dan dampaknya terhadap niat pakai. Maka dari itu, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Atribut Produk *Game* Terhadap Niat Pakai *Free Fire*”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana persepsi konsumen atas atribut produk pada *game Free Fire*?
2. Bagaimana niat pakai konsumen pada *game Free Fire*?
3. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap niat pakai pada *game Free Fire*?
4. Bagaimana persepsi konsumen atas atribut produk pada *game PUBG mobile*?
5. Bagaimana niat pakai konsumen pada *game PUBG mobile*?
6. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap niat pakai pada *game PUBG mobile*?
7. Apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen tentang atribut produk pada *game Free Fire* dengan *PUBG mobile*?
8. Apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen tentang niat pakai pada *game Free Fire* dengan *PUBG mobile*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen atas atribut produk pada *game Free Fire*.
2. Untuk mengetahui niat pakai konsumen pada *game Free Fire*.
3. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap niat pakai pada *game Free Fire*.
4. Untuk mengetahui persepsi konsumen atas atribut produk pada *game PUBG mobile*.
5. Untuk mengetahui niat pakai konsumen pada *game PUBG mobile*.
6. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap niat pakai pada *game PUBG mobile*.
7. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen tentang atribut produk pada *game Free Fire* dengan *PUBG mobile*.
8. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen tentang niat pakai pada *game Free Fire* dengan *PUBG mobile*.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai suatu masukan bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian maupun perusahaan dengan kegiatan bisnis yang sama. Kemudian, diharapkan juga dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan tersebut untuk mengevaluasi berbagai atribut produk, dengan demikian dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

1.5. Kerangka Pemikiran

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di industri *game*, para pengembang bisnis *game* harus terus berinovasi agar produk atau layanan yang mereka tawarkan dapat bersaing dengan bisnis sejenis untuk mendominasi dan membedakan diri di pasar. Atribut produk menjadi salah satu hal yang amat penting untuk diperhatikan dalam industri *game*. Hal ini disebabkan adanya perbedaan sikap konsumen ketika melihat atribut produk yang dianggap penting. Mereka lebih memperhatikan sifat-sifat yang memberikan manfaat sesuai dengan keinginan mereka. Jika demikian, konsumen mengkategorikan produk tersebut sesuai dengan karakteristik yang mereka miliki, dan produk yang memiliki keunggulan dalam sifat tertentu akan menonjol di pasar. Oleh karena itu, diharapkan produk *game* juga dapat memberikan sifat yang baik dan mendorong konsumen untuk memainkan produk tersebut.

Free Fire sebagai suatu *game* tentu memiliki atribut produk, yang dapat memikat para konsumen untuk mengunduh dan memainkannya. Atribut produk permainan dapat dilihat dari bentuk, fungsi, kustomisasi, kualitas kinerja, kesesuaian, kualitas, daya tahan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya dan desain. Dengan adanya berbagai atribut tersebut dapat membangun preferensi para konsumen dalam memilih suatu produk yang dianggap memiliki nilai lebih untuk digunakan. Menurut Tjiptono (2008), atribut produk merupakan faktor yang berfokus pada konsumen dan digunakan sebagai kriteria dalam pengambilan keputusan pembelian. Setelah membandingkan properti item yang mirip dengan

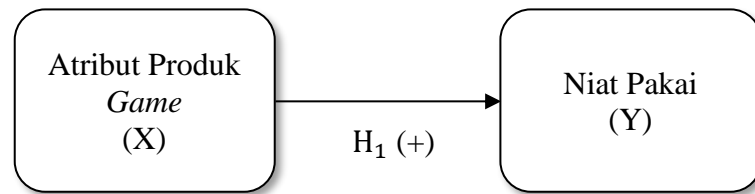
atribut produk game, konsumen membuat kesimpulan dan memutuskan untuk memainkan salah satu game.

Menurut Kotler dalam Pradana (2018), niat beli atau niat pakai adalah suatu hal yang akan muncul ketika dan setelah menerima stimulus dari produk yang dilihatnya, kemudian akan muncul ketertarikan akan mencoba atau memakai produk tersebut. Niat menggunakan tersebut apabila semakin kuat maka akan mendorong niat penggunaan kembali, yang sangat penting dalam konteks aplikasi seluler mengingat pengalaman "membeli" bertahap dan pembelian dalam aplikasi yang dihasilkan dari fitur aplikasi (Stocchi et al., 2019). Niat beli atau niat pakai adalah tahap kritis yang mengungkapkan tanggapan pelanggan terhadap rangsangan yang diberikan. Hal tersebut juga dapat didefinisikan sebagai rencana pelanggan untuk membeli produk atau layanan tertentu (Chen, Lin, & Wu dalam Bilgili et al., 2019). Niat untuk menggunakan teknologi seluler juga mengarah pada bentuk stimulus yang diberikan, stimulus dalam hal ini salah satunya dapat melalui atribut-atribut produk dari game yang diberikan. Jadi, apabila sebuah *game* mempunyai atribut produk yang baik, maka *game* tersebut akan memiliki niat pakai yang tinggi.

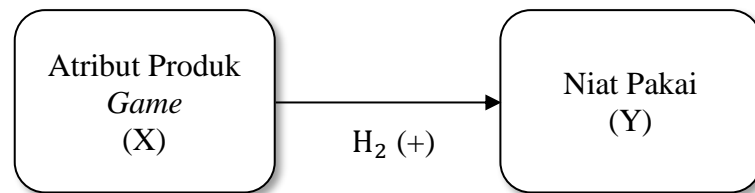
Berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa masih rendahnya niat pakai *game Free fire* apabila dibandingkan dengan pesaingnya yaitu *game* bergenre *battle royal* lainnya, dikarenakan oleh faktor-faktor yang dapat dikategorikan sebagai bagian dari atribut dalam sebuah produk *game*. Maka, muncul anggapan bahwa atribut-atribut produk yang diberikan belum sesuai dengan harapan konsumen untuk menjadikan *game Free Fire* sebagai sebagai game yang ingin dicoba atau dipakai. Kemudian, persepsi konsumen akan hal tersebut dapat mempengaruhi munculnya niat pakai dari konsumen terhadap *game* yang diteliti.

Gambar 1. 6 Model Konseptual

Model konseptual pada *Free Fire*



Model konseptual pada *PUBG Mobile*



Sumber: Hasil olah penulis

Hipotesis dalam Penelitian:

H₁: Semakin baik persepsi konsumen pada atribut produk *game*, maka semakin tinggi niat pakai pada *game Free Fire*.

H₂: Semakin baik persepsi konsumen pada atribut produk *game*, maka semakin tinggi niat pakai pada *game PUBG mobile*.

Untuk melihat apakah ada suatu perbedaan penilaian konsumen tentang variabel yang diteliti pada *game Free Fire* dan *PUBG mobile*, maka digunakan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Terdapat perbedaan rata-rata persepsi konsumen pada atribut produk *Free Fire* dan *PUBG mobile*.

H₄: Terdapat perbedaan rata-rata persepsi konsumen pada niat pakai *Free Fire* dan *PUBG mobile*.

