



**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

*Terakreditasi Unggul*  
*BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

**Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Pengguna  
Platform Steam di Kota Bandung**

Skripsi

Oleh  
Fikri Daffa Candrika  
2017320108

BANDUNG  
2022



**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

*Terakreditasi Unggul*  
*BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

**The Effect of Experience on Steam Platform User Satisfaction in  
Bandung**

Skripsi

Oleh  
Fikri Daffa Candrika  
2017320108

Pembimbing

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

BANDUNG  
2022

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



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Fikri Daffa Candrika  
Nomor Pokok : 2017320108  
Judul : Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Steam di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 30 Juni 2022  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

: \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: \_\_\_\_\_

**Anggota**

Yosefa, S.T., M.M.

: \_\_\_\_\_

15 Juli 2022  
Pengesahan 2017320108  
a.n. Fikri Daffa Candrika\*\*\*

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama: Fikri Daffa Candrika

NPM : 2017320108

Jurusan Program Studi: Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Steam di Kota Bandung

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

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 15 juni 2022



Fikri Daffa Candrika

## ABSTRAK

Nama: Fikri Daffa Candrika

NPM : 2017320108

Judul : Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Steam di Kota Bandung

---

Bermain game merupakan salah satu alternatif mengisi waktu luang. Teknologi yang mendukung permainan telah berkembang dan saat ini orang dapat bermain di platform berbasis digital yang dapat diakses secara online dan menghubungkan orang-orang dari seluruh dunia. Bermain game dapat memberikan kesenangan, keingintahuan, tantangan dan hubungan dengan pemain lain pada saat yang bersamaan. Pengalaman ini akan menghasilkan kepuasan tersendiri jika platform berhasil menyerap perhatian para pemain dan menarik mereka ke dalam dunia imajinatif. Saat ini ada beberapa platform yang menyediakan game online, salah satunya adalah Steam yang dikembangkan oleh perusahaan Valve. Menjadi salah satu platform game populer, menarik untuk mengetahui pengalaman dan kepuasan pengguna platform ini dan apakah ada korelasi dari kedua variabel.

Dalam penelitian ini, data diperoleh dengan melakukan survei kepada 100 responden pengguna Steam di Bandung. Pengalaman konsumen diukur menggunakan dimensi kognitif dan afektif, sedangkan kepuasan konsumen mengukur kepuasan umum selama mengakses platform.

Pengolahan data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pengguna mempengaruhi kepuasan sebesar 44,3%. Korelasi positif berarti bahwa pengalaman yang lebih baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Hasil korelasi tersebut didapatkan sebesar 0,666 yang berarti kedua variabel diatas memiliki interpretasi korelasi yang kuat. Hasil tersebut kemudian dapat menjadi bukti dan masukan bagi platform steam untuk selalu mengevaluasi pengalaman konsumen steam dan meningkatkan elemen yang berhubungan dengan pengalaman konsumen steam dalam layanan yang disajikan steam agar konsumen merasa selalu puas setelah mereka melakukan transaksi pembelian di platform steam.

Kata Kunci: Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen, Platform, Steam

## ABSTRACT

Nama: Fikri Daffa Candrika

NPM : 2017320108

Judul : The Effect of Experience on Steam Platform User Satisfaction in Bandung

---

*Playing games is an alternative to spent spare time. The technology that supports gaming has evolved and today people can play on digital-based platforms that can be accessed online and connect people from all over the world. Playing games can provide fun, curiosity, challenge, and connection with other players at the same time. This experience will produce its own satisfaction if the platform manages to absorb players' attention and draw them into an imaginative world. Currently, there are several platforms that provide online games, one of which is Steam, which was developed by the Valve company. Being one of the popular gaming platforms, it is interesting to know the user experience and satisfaction of this platform and whether there is a correlation between the two variables.*

*In this study, data was obtained by conducting a survey of 100 respondents using Steam in Bandung. Consumer experience is measured using cognitive and affective dimensions, while consumer satisfaction measures general satisfaction while accessing the platform.*

*Data processing using simple linear regression. The results showed that user experience affects satisfaction by 44.3%. A positive correlation means that a better experience can increase user satisfaction. The correlation result is 0.666, which means that the two variables above have a strong correlation interpretation. These results can then be evidence and input for the Steam platform to always evaluate the Steam consumer experience and improve elements related to the Steam consumer experience in the services provided by Steam so that consumers are always satisfied after they make a purchase transaction on the Steam platform.*

*Keywords: Consumer Experience, Consumer Satisfaction, Platform, Steam*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia- Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Steam di Kota Bandung" ini dengan baik. Penelitian skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penelitian ini tentunya tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, dan kerja sama dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik. Maka dari itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih dengan penuh rasa hormat kepada seluruh pihak yang membantu, meluangkan waktu, tenaga, kasih serta bimbingannya kepada penulis dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Yadi Ernawadi, Ibu Leny Herlina, dan Safrina Kamidia Jasmine selaku keluarga inti penulis yang telah memberikan doa tanpa henti, bimbingan, memberi semangat, dan dukungan secara moril dan materil selama penyusunan skripsi dan studi S1 dengan lancar.

2. Ibu Fransiska Anita Subari S.S.,M.M. selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing, memberikan masukan dan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Bapak Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M. selaku dosen wali yang sudah membimbing penulis sejak awal semester perkuliahan, memberikan arahan dan dukungan melalui pengajaran mata kuliah.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Drs. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
6. Bapak Mangadar Situmorang Ph.D sebagai Rektor Universitas Katolik Parahyangan
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran pada penulis selama masa perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
8. Chandra Rifky Viantoni, Ghivary Isnuwalan, Muhammad Rahman Yusuf Albana, Mochammad Raka Andrea Wardhana, Ichsan Ahmad Fauzan Djowaeny, Rizal Haffian Syamsudin, dan, Yoga Satria Simowibowo selaku teman SMP penulis yang selama penyusunan skripsi memberikan, motivasi dalam proses pengerjaan skripsinya.
9. Anton Satria Mulya, Bimo Satrio Leksono, Gezi Virgaditya Elmanriyandi, Giancelo Al Husein, dan Nadhif Qinthara, selaku teman



kuliah yang selalu memberikan dukungan satu sama lain dalam pengerjaan skripsi.

10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Disini peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian skripsi ini masih belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, Peneliti menantikan kritik dan saran dari seluruh pihak yang membaca skripsi ini untuk dijadikan acuan agar peneliti dapat menjadi lebih baik ke depannya. Dengan demikian, peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menolong dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti mengharapkan agar skripsi ini dapat membantu para peneliti selanjutnya dalam penyusunan penelitian.

Bandung, 15 Juni 2022

Fikri Daffa Candrika

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN METODOLOGI.....	9
2.1 Platform Digital .....	9
2.2 Pengalaman Pelanggan.....	9
2.3 Pengalaman online konsumen .....	10
Dimensi Customer Experience .....	11
2.4 Cognitive Experience .....	11
Interactive Speed.....	12
Telepresence .....	12
Challenge .....	12
Skill.....	13
2.5 Affective experience .....	13
Ease of use .....	14
Customization .....	15
Connectedness .....	15
Aesthetics.....	15
2.6 Kepuasan Pelanggan.....	16
METODE PENELITIAN .....	17
2.7 Jenis Penelitian .....	17
2.8 Metode Penelitian.....	18
2.9 Sumber Data .....	18
2.10 Skala Ordinal .....	19
2.11 Model Penelitian.....	21

2.12	Operasionalisasi Variabel .....	22
2.13	Populasi dan Sample .....	28
2.13.1	Populasi .....	28
2.13.2	Sample .....	29
2.14	Teknik Sampling .....	29
2.15	Ukuran Sample .....	30
2.16	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
2.17	Uji normalitas .....	33
2.18	Teknik Analisis Regresi Linier Sederhana .....	33
2.19	Uji koefisien korelasi .....	34
2.20	Koefisien determinasi .....	35
<b>BAB III OBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Sejarah Perusahaan .....	36
3.2	Logo Perusahaan .....	37
3.3	Visi dan Misi Perusahaan .....	37
3.4	Cara Mendapatkan Platform Steam .....	38
3.5	Cara Menggunakan Platform Steam .....	38
Hasil dan Analisis Data .....		43
3.6	Platform Steam .....	43
3.7	Hasil data Penelitian .....	43
3.8	Pembahasan Hasil Penelitian .....	44
3.8.1	Uji Validitas .....	44
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	47
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	48
3.8.3.2	Uji Regresi Linear Sederhana .....	50
3.8.4	Profil Responden .....	52
3.8.5	Variabel Pengalaman Konsumen Steam (X) .....	58
3.8.6	Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	86

3.8.7	Uji Koefisien Korelasi.....	91
3.8.8	Uji Koefisien Determinasi .....	92
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....		93
4.1	Kesimpulan.....	93
4.2	Implikasi.....	94
4.3	Saran .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....		98
Lampiran .....		102

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2: Data Penjualan Game Terlaris Sepanjang Masa	2
Tabel 1. 3: Data Statistik Steam 2020	3
Tabel 2. 1: Pengukuran Skala Likert	20
Tabel 2. 2 Operasional Variabel	23
Tabel 2. 3: Tabel Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu	30
Tabel 2. 4: Interpretasi Koefisien Korelasi	34
Tabel 3. 1: Visi Misi Perusahaan	37
Tabel 3. 2: Hasil Uji Validitas Pengalaman Konsumen Steam	45
Tabel 3. 3: Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen Steam	47
Tabel 3. 4: Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 3. 5: Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 3. 6: Tabel Hasil Persamaan Regresi Linear Sederhana	50
Tabel 3. 7: Tabel Hasil Uji Parameter Regresi Linear Sederhana	51
Tabel 3. 8: Pengguna Steam	53
Tabel 3. 9: Pernah Membeli Game/Item di Steam	53
Tabel 3. 10: Jenis Kelamin	54
Tabel 3. 11: Umur	54
Tabel 3. 12: Domisili	55
Tabel 3. 13: Pekerjaan	56
Tabel 3. 14: Waktu Menggunakan Steam dalam 1 hari	56
Tabel 3. 15: Seberapa Sering Menggunakan Platform Steam dalam 1 Bulan	57
Tabel 3. 16: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan “Halaman Di Platform Steam Dimuat Dengan Cepat”	58
Tabel 3. 17: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Platform Steam Memberikan Informasi Yang Lengkap Dan Sistematis Untuk Menjawab Semua Pertanyaan Saya”	59
Tabel 3. 18: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Ketika Menggunakan Platform Steam, Saya Dapat Membuka Menu/Fitur Dengan Cepat”	60
Tabel 3. 19: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Ketika Masuk Ke Platform Steam Saya Merasa Seperti Masuk Ke Dunia Yang Baru Bagi Saya, Dan Dunia Ini Tiba-Tiba Menghilang Ketika Saya Berhenti Menjelajah.”	61
Tabel 3. 20: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Melupakan Tentang Lingkungan Sekitar Saya Ketika Masuk Ke Platform Steam”	62
Tabel 3. 21: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Masuk Ke Platform Steam Sering Membuat Saya Lupa Dimana Saya Berada”	63

Tabel 3. 22: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Setelah Keluar Dari Platform Steam, Saya Merasa Seperti Kembali Ke “Dunia Nyata” Setelah Melakukan Perjalanan” .....	64
Tabel 3. 23: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Menggunakan Platform Steam Menantang Saya Untuk Melakukan Yang Terbaik Dari Kemampuan Saya” 65	
Tabel 3. 24: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Merasa Bahwa Platform Steam Meningkatkan Kemampuan Saya Hingga Tingkat Yang Terbaik” 66	
Tabel 3. 25: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Merasa Tertantang Ketika Masuk Ke Platform Steam” .....	67
Tabel 3. 26: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Platform Steam Memberikan Tes Yang Baik Untuk Keterampilan Saya.” .....	68
Tabel 3. 27: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Menganggap Diri Saya Memiliki Pengetahuan Tentang Teknik Pencarian Yang Baik Untuk Menggunakan Platform Steam” .....	69
Tabel 3. 28: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Sangat Ahli Dalam Menggunakan Platform Steam” .....	70
Tabel 3. 29: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Tahu Bagaimana Menemukan Apa Yang Saya Cari Di Menu/Fitur Di Platform Steam” .....	71
Tabel 3. 30: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Tahu Lebih Banyak Daripada Kebanyakan Pengguna Tentang Platform Steam” .....	72
Tabel 3. 31: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Navigasi Di Platform Steam Cepat Dan Mudah Di Pahami” .....	73
Tabel 3. 32: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Menu Di Platform Steam Mempermudah Untuk Mencari Apa Yang Saya Inginkan” .....	74
Tabel 3. 33: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Merasa Percaya Diri Saat Mengakses Menu/Fitur Platform Steam” .....	75
Tabel 3. 34: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Mempelajari Cara Menavigasi Platform Steam Tidak Memakan Waktu Lama Bagi Saya” .....	76
Tabel 3. 35: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Merasa Platform Steam Melayani Saya Secara Personal” .....	77
Tabel 3. 36: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Kebutuhan Untuk Melakukan Login Di Steam Membuat Saya Merasa Dikenal Sebagai Pelanggan” .	78
Tabel 3. 37: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Merasa Bahwa Platform Steam Adalah Area Pribadi Saya Ketika Menggunakannya” .....	78
Tabel 3. 38: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Suka Ketika Saya Dapat Menyesuaikan Halaman Platform Steam (Profile) Sesuai Dengan Keinginan Saya” .....	79

Tabel 3. 39: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Melalui fitur menambahkan teman membuat saya dapat terhubung dengan orang lain” .....	80
Tabel 3. 40: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Dapat Memberikan Penilaian Melalui Fitur Review Produk Di Platform Steam” .....	81
Tabel 3. 41: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Melihat Rekomendasi Produk Dari Konsumen Lain Yang Menggunakan Platform Steam Sangat Membantu Saya” .....	82
Tabel 3. 42: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Tampilan Platform Steam Memiliki Sisi Keindahan Yang Baik” .....	83
Tabel 3. 43: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Citra Merek Dari Platform Steam Sesuai Dengan Persepsi Saya” .....	84
Tabel 3. 44 : Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Menyukai Tampilan Dan Nuansa Pada Platform Steam” .....	84
Tabel 3. 45: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Merasa Terganggu Dengan Banyaknya Iklan Pihak Ketiga Saat Belanja Pada Platform Steam” .....	85
Tabel 3. 46: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Puas Dengan Keseluruhan Pengalaman Saya Menggunakan Platform Steam” .....	86
Tabel 3. 47: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Puas Dengan Pengalaman Sebelum Membeli Di Platform Steam (Misalnya, Saat Pencarian Produk, Kualitas Informasi Tentang Produk, Perbandingan Produk)” .....	87
Tabel 3. 48: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Puas Dengan Pengalaman Ketika Melakukan Pembelian Di Platform Steam (Misalnya, Pemesanan, Prosedur Pembayaran)” .....	88
Tabel 3. 49: Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan” Saya Puas Dengan Pengalaman Setelah Pembelian Di Platform Steam (Misalnya, Bantuan Pelanggan Dan Pelayanan Setelah Pembelian, Penanganan Pengembalian/Pengembalian Dana, Produk Tidak Sesuai Dengan Yang Saya Ingin dan Lain-Lain)” .....	89
Tabel 3. 50: Tabel Hasil Uji Koefisien Korelasi Product Moment .....	91
Tabel 3. 51: Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	92

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1: Model Penelitian .....	21
Gambar 3. 1: Logo Steam .....	37
Gambar 3. 2: Login Platform Steam .....	39
Gambar 3. 3: Daftar Platform Steam.....	39
Gambar 3. 4: Bantuan Artikel Steam .....	40
Gambar 3. 5: Memilih Game .....	40
Gambar 3. 6: Top up Steam Tokopedia .....	41
Gambar 3. 7: Kode Voucher Steam .....	42
Gambar 3. 8: Game yang sudah terinstal dan dapat dimainkan.....	42



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang begitu pesat memberikan perubahan dalam keberlangsungan hidup bermasyarakat dari mulai pola hidup hingga bagaimana sebuah manusia itu berperilaku. Salah satu yang memberikan perubahan dalam dunia hiburan adalah game atau orang dapat menyebutnya juga *video game*. Internet sebagai penghubung antar manusia secara online menciptakan sebuah cara bermain game yang baru yaitu game dapat dimainkan secara online atau *real time* yang dimana para pemain game dapat saling bertemu secara *online*.

Valve disini hadir sebagai perusahaan yang menciptakan platform steam, yang dimana pada platform steam ini para penggunanya dapat bebas mengekspresikan diri mereka ketika mereka menggunakan platform steam tersebut. Karena pada platform steam ini para pengguna steam dapat menyalurkan hobi bermain game mereka. Perkembangan teknologi menjadi salah satu faktor game memiliki perubahan yang begitu hebat bagaimana tidak mungkin dulu kita hanya memainkan game hanya sekedar untuk bersenang-senang namun karena bermunculan inovasi dari berbagai developer game dengan mengembangkan game mereka dapat diketahui hasil dari perkembangan game mereka ini melalui grafis, fitur, dan gameplay yang disuguhkan membuat game pada saat ini bersifat kompetitif yang dimana didalamnya kita dapat

bersaing sesama player pengguna platform steam. Munculnya game yang memiliki mode ranked memberikan perubahan perilaku pada pengguna karena hal tersebut para pengguna mereka akan memiliki sisi kompetitif untuk dapat bersaing dengan pengguna lain dan menempati posisi teratas. Melalui hal tersebut hal muncul istilah yaitu *e-sport* yaitu dimana olahraga elektronik yang dimana pada dunia *e-sport* ini orang yang ahli dalam bidang tersebut dikenal sebagai *pro player*.

. Banyaknya *genre game* beserta menariknya game tersebut membuat game banyak diminati oleh banyak orang dilansir melalui sebuah website tercatat penjualan game dengan penjualan terbanyak sepanjang masa yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. 1: Data Penjualan Game Online Sampai dengan Tahun 2021**

No.	Game	Tahun Rilis	Penjualan
1	Tetris	1984	\$500.000.000
2	Minecraft	2009	\$200.000.000
3	Grand Theft Auto V	2013	\$140.000.000
4	Wii Sport	2006	82.900.000
5	Playerunknown's Battleground	2017	\$70.000.000
6	Pokemon Red/Blue/Green/Yellow	1996	\$45.000.000
7	Super Mario Bros	1985	\$40.000.000
8	Mario Kart Wii	2008	\$37.380.000
9	Red Dead Redemption 2	2018	\$36.000.000
10	Mario kart 8 Deluxe	2017	\$33.410.000

Sumber: (Sirani, 2021)

Menurut data diatas dapat diketahui bahwa dari tahun 1984 sampai dengan 2021 game yang sangat laris dan memiliki penjualan tertinggi adalah game *tetris*. Yang dimana game tetris ini menempati peringkat pertama sebagai game puzzle, selain itu ada *minecraft* dan *grand theft auto v* atau orang dapat menyebutnya *gta v* mereka menempati urutan ke 2 dan 3 sebagai game yang memiliki penjualan terlaris sepanjang masa beberapa dari game diatas tersebut termasuk kedalam list penjualan yang berada di platform steam.

Selain dari game yang disajikan pada platform steam, menariknya dari steam ini memiliki berbagai fitur yang tidak dapat di jumpai oleh platform lainnya yaitu fitur jual beli skin/item dan *workshop* sebagai *software modding* untuk mengubah skin/item dari game yang kita inginkan. Steam juga menyajikan hal lain dari menu atau fitur pada platform steam ini, kita dapat melakukan komunikasi dengan teman kita atau sesama pengguna steam lainnya bahkan kita bisa berkomunikasi dengan developer game jika kita ingin memberikan saran kepada game tersebut. Melalui data statistik steam pada tahun 2020 mereka dapat meraup keuntungan yang dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 1. 2: Data Statistik Steam 2020**

No.	Data	Total
1	Bulanan Aktif Player	120.000.000
2	Harian Aktif Player	62.600.000
3	Pembelian Game Baru Per Bulan	2.600.000

Sumber: (Dewantara, 2021)

Melihat dari tabel 1.2 diatas dapat kita ketahui bahwa pada saat 2020 tepatnya ketika kita sedang mengalami pandemi covid-19 banyak perusahaan yang mengalami penurunan penjualan diakibatkan hal tersebut namu lain cerita dengan platform steam ini. Pada tahun 2020 ini steam mengalami peningkatan penjualan mereka dari tahun 2019 yaitu sebesar 21,4% selain itu waktu bermain pengguna steam juga meningkat dari tahun 2019 sebesar 50,7%. Mengetahui terjadinya peningkatan tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2020 waktu itu pandemi covid1-19 sedang tingginya sehingga mau tidak mau semua orang diam dirumah demi keselamatan mereka. Dilain sisi karena pandemi covid-19 yang membuat ruang gerak dari aktivitas masyarakat yang terbatas sebagian orang mulai mencari aktivitas hiburan baru yaitu dengan menghabiskan waktu mereka dengan bermain game yang dimana mereka dapat melakukan komunikasi dan menhibur diri mereka bersama dengan teman-temannya melalui ruang virtual yang disajikan melalui platform steam ini.

Kemunculan berbagai kompetitor selain steam sebagai platform toko game digital yang serupa, hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan dalam melakukan jual beli game secara *online* semakin ketat. Jumlah game serta kesesuain genre game yang diminati menjadi tolak ukur dalam menentukan game yang akan dimainkan oleh *player*. Disini *Epic Games*, *Origin* dan *Uplay* yang bisa dikatakan sebagai pesaing terkuatnya dari steam ini menghadirkan game-game yang diminati oleh *player*. Seperti halnya *Epic Games* dengan game *Fortnite*, *Origin* dengan game *apex legends* dan *Uplay* dengan game *assassin's creed* nya platform tersebut membawa minat bermain game terhadap genre yang mereka tawarkan. Ditengah persaingan yang ketat ini steam

sebagai platform yang menjual game sangat kuat kehadiran di pasar game ini karena game yang dijual di steam ini sangat banyak dan variatif sehingga banyak *developer* yang merilis game mereka melalui *platform steam* oleh karenanya posisi steam pada pasar game dapat dikatakan sebagai *market leader*.

Melakukan pembelian game secara online memberikan pengalaman pribadi tersendiri pada setiap orangnya beda halnya dengan *e-commerce* platform steam ini memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dari *e-commerce* pada umumnya. Dapat dikatakan berbeda karena steam memiliki mata uang sendiri yaitu *steam wallet* yang dimana konsumen hanya dapat membeli game steam jika mereka memiliki saldo yang merupakan mata uang steam. Untuk mendapatkan steam wallet ini konsumen harus membeli voucher yang dimana voucher tersebut memiliki nilai nominal uang yang dapat ditukarkan menjadi steam wallet. Meyer dan Schwager dalam (Lemon & Verhoef, 2016) mendefinisikan pengalaman pelanggan sebagai respon internal dan subjektif dari pelanggan yang melakukan kontak langsung atau tidak langsung dengan perusahaan. Kontak langsung umumnya terjadi dalam proses pembelian, penggunaan, dan pelayanan dan biasanya diprakarsai oleh pelanggan. Kontak tidak langsung paling sering melibatkan pertemuan yang tidak direncanakan dengan perwakilan produk, layanan, atau merek perusahaan dan berbentuk dari mulut ke mulut atau kritik, iklan, berita, serta ulasan.

Menciptakan sebuah bisnis yang dapat bertahan di pasar membuat steam harus dapat berorientasi pada pelanggan mereka bagaimana tidak jika kita ingin mempertahankan pelanggan kita berarti harus dapat memberikan kepuasan bagi

pelanggan kita. Menciptakan pelayanan yang baik, promo yang menarik, selalu menciptakan inovasi yang baru membuat steam harus dapat memberikan ekspektasi dari pelanggan yang mereka inginkan. Menurut (Kotler & Keller, Marketing Management 15 Global Edition, 2016) Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk atau kinerja (atau hasil) yang dirasakan layanan dengan harapan. Jika kinerja atau pengalamannya kurang dari harapan, pelanggan tidak puas. Jika sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas atau senang.

**Tabel 1. 3: Hasil Kuesioner Pra Penelitian**

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Keterangan</b>
1.	Apakah anda Pernah Melakukan Pembelian pada Platform Steam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 86,6% atau 13 Menjawab Ya</li> <li>• 13,4% atau 2 orang Menjawab Tidak</li> </ul>
2.	Jenis Kelamin Anda?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% Menjawab Pria</li> </ul>
3.	Sudah Berapa Lama Anda Menggunakan Platform Steam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 73,3% atau 11 orang menjawab 5 diatas tahun</li> <li>• 13,3% atau 2 orang menjawab 3 tahun</li> </ul>
4.	Berapa Banyak Game yang pernah anda beli pada platform Steam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 26,7% atau 4 orang menjawab 1-2 game</li> <li>• 33,3% atau 5 orang menjawab 3-6 game</li> <li>• 6,7% atau 1 orang menjawab 7-10 game</li> <li>• 13,3 atau 2 orang menjawab diatas 10 game</li> </ul>
5.	Seberapa Sering Anda Menggunakan Platform Steam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 66,7% atau 10 orang menjawab Sering</li> <li>• 20% atau 3 orang menjawab kadang-kadang</li> </ul>
6.	Dalam 1 Hari anda menghabiskan waktu untuk menggunakan platform steam berapa lama?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13,3 atau 2 orang menjawab 1 jam</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20% atau 3 orang menjawab 1-2jam</li> <li>• 53,3% atau 8 orang menjawab 2-3 jam</li> </ul>
7.	Apakah anda Merasa kesulitan menggunakan platform steam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 86,7% atau 13 orang menjawab sangat tidak setuju</li> </ul>
8.	Apakah anda merasa puas dengan platform steam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 73,3% atau 11 orang menjawab sangat setuju</li> <li>• 13,3% atau 2 orang menjawab setuju</li> </ul>
9.	Alasan Anda Menggunakan Platform Steam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80% atau 12 orang menjawab game yang bervariasi</li> <li>• 6,7% atau 1 orang menjawab harga lebih murah dari platform lain</li> </ul>
10.	Bagaimana Pengalaman anda menggunakan platform Steam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80% atau 12 orang menjawab sangat baik</li> <li>• 6,7% atau 1 orang menjawab baik</li> </ul>

Berdasarkan permasalahan yang diketahui diatas dapat diketahui bahwa pada saat 2020 bertepatan ketika covid-19 sedang meningkat di seluruh penjuru dunia ini platform steam menjadi salah satu perusahaan yang mendapatkan keuntungan dari hal tersebut. Ketika perusahaan lain mengalami penurunan penjualan steam malah sebaliknya mereka dapat meningkatkan penjualan mereka dari tahun 2019 yaitu sebesar 21,4% serta jumlah waktu penggunaan platform steam juga meningkat sebesar 50,7%. Mengetahui hal tersebut masalah yang dialami oleh steam ini merupakan masalah yang memiliki gejala positif oleh karena itu peneliti disini hendak membuat judul skripsi yang berjudul sebagai berikut, **“Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Steam di Kota Bandung”**.

Pada pra-penelitian ini peneliti melibatkan sebanyak 15 orang dengan 13 orang yang menjadi pengguna steam. Tujuan dari pra-penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran awal terkait dengan penggunaan platform steam. Mengetahui hal tersebut disini peneliti bermaksud untuk menggali lebih dalam dengan mencari responden yang lebih banyak dan menggunakan indikator yang lebih detail. Jadi dengan mencari jumlah responden yang lebih banyak serta menggali indikator yang lebih detail akan didapatkan hasil dari pengalaman penggunaan platform steam dan kepuasan yang lebih detail sehingga kita dapat mengetahui secara lebih jelas dan mendalam terkait dengan proses selama menggunakan platform steam.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana pengaruh pengalaman konsumen terhadap kepuasan penggunaan platform steam?
2. Bagaimana pengalaman konsumen pengguna steam?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengalaman konsumen terhadap kepuasan penggunaan platform steam
2. Untuk mengetahui bagaimana pengalaman konsumen menggunakan platform steam