

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



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh :

Mega Olivia Permatasari

2016120184

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023

BANDUNG

2024

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF GAME PRODUCT ATTRIBUTES ^{Andri}
ON INTENTION TO USE THE FREE FIRE GAME**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By :
Mega Olivia Permatasari
2016120184

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023
BANDUNG
2024

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK GAME TERHADAP NIAT
PAKAI PADA GAME FREE FIRE**

Oleh :
Mega Olivia Permatasari
2016120184

Bandung, Januari 2024
Ketua Program Sarjana Manajemen,

Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM.

Pembimbing Skripsi,

Ivan Prasetya, SE., MSM., M.Eng.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama (*sesuai akte lahir*) : Mega Olivia Permatasari
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 16 Maret 1998
NPM : 2016120184
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

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

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan :

Ivan Prasetya, SE., MSM., M.Eng.

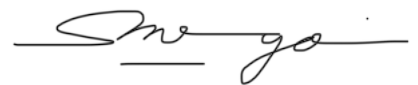
Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri :

1. Apapun 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: Januari 2024
Pembuat pernyataan:



(Mega Olivia Permatasari)

ABSTRAK

Pendahuluan - *Mobile game* merupakan permainan yang diminati oleh sebagian besar orang dengan berbagai alasan yang mendasari. *Mobile game* yang saat ini banyak diminati adalah jenis *mobile game battle royale* yang diantaranya PUBG *Mobile* dan *Free Fire*. Game *Free Fire* dan *PUBG Mobile* hingga saat ini 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* dan *PUBG Mobile*.

Tujuan - Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi responden terkait dengan atribut produk terhadap niat pakai pada *game battle royal* yaitu *Free Fire* dan *PUBG Mobile*.

Metode Penelitian - Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif dan *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 203 orang yang pernah bermain *game Free Fire* dan *PUBG Mobile*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner dan observasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis regresi berganda.

Hasil Penelitian - Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap atribut produk *Free Fire* lebih rendah dibandingkan dengan *PUBG Mobile* dan niat pakai *Free Fire* tinggi sedangkan niat pakai pada *PUBG Mobile* sangat tinggi. Selain itu, diperoleh hasil terdapat pengaruh antara variabel atribut produk (X) terhadap variabel niat pakai (Y).

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

ABSTRACT

Introduction - Mobile games are popular among a large number of people for various underlying reasons. Currently, the highly favored mobile games include the battle royale genre, such as *PUBG Mobile* and *Free Fire*. *Free Fire* and *PUBG* mobile games remain unmatched in popularity among online games. This research focuses on one of the most popular battle royale games, *Free Fire*.

Research Purposes - The study aims to understand respondents' perceptions regarding product attributes concerning the usage intention of the battle royale games *Free Fire* and *PUBG Mobile*.

Method- The research employs a quantitative method, and the sample consists of 203 respondents meeting the research criteria related to *Free Fire* and *PUBG Mobile* games. The analytical method used is multiple regression analysis.

Research Result - The results indicate that respondents' perceptions of *Free Fire*'s product attributes are lower compared to *PUBG Mobile*, and the intention to use *Free Fire* to be high, while the intention to use *PUBG Mobile* to be very high. Additionally, the study finds a positive influence between the product attribute variable (*X*) and the intention to use variable (*Y*).

Keywords: *Product Attributes, Usage Intention, Free Fire, PUBG Mobile*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK GAME TERHADAP NIAT PAKAI PADA GAME *FREE FIRE***”. Adapun penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Strata-1 Universitas Katolik Parahyangan. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan berkatnya yang selalu diberikan untuk penulis serta penyertaan-Nya yang menjadi kekuatan bagi penulis.
2. Bapak Ivan Prasetya, SE., MSM., M.Eng. selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar dalam membimbing penulis, memotivasi penulis, serta memberikan arahan dan ilmu bagi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Teresia Debby, SE., MSM. selaku dosen wali penulis yang selalu sabar mendampingi dan membimbing penulis, serta membantu dan menyemangati penulis untuk dapat menuntaskan studi penulis.
4. Ibu Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan arahan dan ilmu selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen pengajar dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan arahan bagi penulis selama masa perkuliahan.
6. Keluarga penulis terutama Ayah, Ibu, Kakak dan Adik-adik atas doa, bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan studi penulis.
7. Exaudi Siregar yang senantiasa menjadi sandaran bagi penulis serta selalu mendoakan dan mendukung penulis.
8. Julius Siregar selaku teman penulis yang telah memberi saran dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman satu bimbingan dan partisipan penelitian yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis memohon maaf sebesar-besarnya atas kekurangan dalam skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak dan dapat menambah ilmu bagi para pembaca.

Bandung, Januari 2024



Mega Olivia Permatasari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	6
BAB I PENDAHULUAN.....	8
1.1 Latar Belakang Penelitian	13
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.5 Kerangka Pemikiran	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
2.1 Mobile Application.....	26
2.2 Game Online.....	27
2.3 Persepsi Konsumen	30
2.4 Produk	32
2.4.1 Pengembangan Produk.....	32
2.4.2 Atribut Produk.....	33
2.5 Niat Pakai	37
2.6 Hubungan Antar Variabel Atribut Produk dengan Niat Beli Ulang.....	40
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	42
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	42
3.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.5 Pengukuran Variabel	49
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.7 Teknik Analisis Data	54
3.7.1 Analisis Deskriptif	54
3.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	56
a. Uji Asumsi Klasik	56

3.7.3	Analisis Uji Independent Sample t-test.....	59
3.8	Objek Penelitian	60
3.9	Profil Responden	61
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	72
4.1.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Atribut Produk	72
4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Pakai	94
4.2	Analisis Uji Independent Sample t-test	97
4.3	Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik.....	100
4.4	Analisis Uji Regresi Linier Sederhana Free Fire.....	102
4.5	Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik PUBG	109
4.6	Hasil Analisis Uji Regresi Linier Sederhan PUBG.....	111
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	118
DAFTAR PUSTAKA	123
	Kuesioner Penelitian	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Rangkaing Games Dengan Genre Battle Royal	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Terkait Atribut Produk.....	34
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Terkait Niat Pakai	38
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Hubungan Antar Variabel.....	40
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Independen	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Dependen	48
Tabel 3. 3 Skala Diferensial Semantik.....	49
Tabel 3. 4 Kriteria Uji Korelasi Pearson	50
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk (X)	51
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pakai Y	52
Tabel 3. 7 Nilai Koefisien Item agar Dinyatakan Reliabel	53
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X : Atribut Produk	54
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y : Niat Pakai	54
Tabel 3. 10 Interpretasi Rata-Rata Hitung	55
Tabel 3. 11 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 3. 12 Tabel Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 3. 13 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	64
Tabel 4. 1 Grafis Game Battle Royale dalam Permainan	72
Tabel 4. 2 Kualitas Tampilan Grafis Saat Bermain (In-game)	73
Tabel 4. 3 Map & Battlefield yang Dimiliki Game	75
Tabel 4. 4 Kemudahan untuk Melihat Musuh dengan Kecerahan dan Kontras yang Dimiliki dalam Battlefield.....	76
Tabel 4. 5 Kemudahan dalam Memosisikan Icon dan Tampilan Equipment dalam Game	78
Tabel 4. 6 Kemudahan Mengunduh Resource Game Sesuai yang Dibutuhkan	78
Tabel 4. 7 Kemudahan Ketika Update Patch Notes dapat Ditunda	80
Tabel 4. 8 Kecepatan dalam Matchmaking (Menemukan Lawan)	80
Tabel 4. 9 Sensitivitas Tombol dan Layar Permainan	81
Tabel 4. 10 Sensor untuk Kemudahan dalam Menggerakkan Analog.....	82
Tabel 4. 11 Kecepatan Dalam Hal Perbaikan Bug.....	83
Tabel 4. 12 Kecepatan Dalam Hal Fix Error.....	83

Tabel 4. 13 Efek Animasi Dalam Permainan.....	85
Tabel 4. 14 Equipment seperti Senjata, Kendaraan, serta Sumber Daya Lainnya yang Dimiliki	85
Tabel 4. 15 Equipment seperti Senjata, Kendaraan, serta Sumber Daya Lainnya yang Dimiliki	87
Tabel 4. 16 Karakter dari Skin yang Dimiliki.....	88
Tabel 4. 17 Desain Tampilan dari Game	90
Tabel 4. 18 Warna dan Tema Display Game	91
Tabel 4. 19 Tampilan Battlefield dalam Game	92
Tabel 4. 20 Tampilan Equipment seperti Senjata, Kendaraan, serta Sumber Daya Lainnya yang Dimiliki	93
Tabel 4. 21 Analisa Perbedaan Menyeluruh Persepsi Responden Terhadap Atribut Produk	93
Tabel 4. 22 Ketertarikan untuk Mempertimbangkan Menggunakan Game Battle Royale	94
Tabel 4. 23 Ketertarikan untuk Mencoba Memainkan Game Battle Royale	95
Tabel 4. 24 Ketertarikan untuk Menggunakan Game Battle Royale	95
Tabel 4. 25 Niat untuk Memainkan Game Battle Royale	96
Tabel 4. 26 Analisa Perbedaan Menyeluruh Perspesi Responden Terhadap Niat Pakai.....	96
Tabel 4. 27 Group Statistics Atribut Produk.....	98
Tabel 4. 28 Independent Sample Test Atribut	98
Tabel 4. 29 Group Statistics Niat Pakai	99
Tabel 4. 30 Independent Sample Test Niat Pakai	100
Tabel 4. 31 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	102
Tabel 4. 33 Uji Stepwise Method.....	103
Tabel 4. 34 ANOVA Free Fire.....	104
Tabel 4. 35 Cofficients Free Fire	105
Tabel 4. 36. Hasil Uji Parsial (Uji t)	107
Tabel 4. 37 Model Summary Free Fire	108
Tabel 4. 38 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	110
Tabel 4. 40 Variables Entered/Removed PUBG Mobile	111

Tabel 4. 41 Hasil Uji F PUBG Mobile.....	112
Tabel 4. 42 Coefficients PUBG Mobile.....	113
Tabel 4. 43 Hasil Uji Parsial (Uji t)	115
Tabel 4. 44 Model Summary PUBG Mobile	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Negara dengan Pemain Video Game Terbanyak di Dunia	13
Gambar 1.2 Ranking Game Mobile Berdasarkan Total Hours Watched of Esports Tournaments.....	16
Gambar 1.3 Top Games di Indonesia Q1 2023.....	17
Gambar 1. 4 Logo Free Fire.....	18
Gambar 1. 5 Jenis Game Battle Royale yang Responden Pernah Mainkan	19
Gambar 1. 6 Alasan Responden Tidak Bermain Free Fire	20
Gambar 1.7 Model Konseptual	24
Gambar 3. 1 Kriteria Uji F (One-tailed test).....	58
Gambar 3. 2 Kriteria Uji t (One-tailed test).....	59
Gambar 3. 3 Kriteria Uji t (Two-tailed test)	60
Gambar 3. 4 Logo Garena.....	61
Gambar 3. 5 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	62
Gambar 3. 6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 3. 7 Profil Responden Berdasarkan Waktu yang Dhabiskan untuk Bermain Game Mobile.....	65
Gambar 3. 8 Profil Responden Berdasarkan Faktor dalam Bermain Game Mobile	66
Gambar 3. 9 Profil Responden Berdasarkan Alasan dalam Memilih Suatu Brand Game Mobile untuk Dimainkan.....	67
Gambar 3. 10 Profil Responden Berdasarkan Alasan dalam Memilih Suatu Brand Game Mobile untuk Dimainkan.....	68
Gambar 3. 11 Profil Responden Berdasarkan Lama Telah Bermain Game Battle Royale	69
Gambar 3. 12 Profil Responden Berdasarkan Game Battle Royale yang Sedang Dimainkan.....	69
Gambar 3. 13 Profil Responden Berdasarkan Game Battle Royale yang Sedang Dimainkan.....	70
Gambar 4.2 Kualitas Grafis dalam Free Fire	73

Gambar 4. 3 Kualitas Grafis dalam PUBG Mobile.....	74
Gambar 4. 4 Perbandingan Kualitas dalam HD	74
Gambar 4. 5 Map Free Fire	75
Gambar 4. 6 Map PUBG Mobile	76
Gambar 4. 7 Kecerahan Pandang ketika Melihat Musuh dalam PUBG Mobile....	77
Gambar 4. 8 Kecerahan Pandang Ketika Melihat Musuh dalam Free Fire	77
Gambar 4. 9 Tampilan Posisi Icon dan Equipment Free Fire	79
Gambar 4. 10 Tampilan Posisi Icon dan Equipment PUBG Mobile	79
Gambar 4. 11 Pengaturan Sensitivitas Free Fire	81
Gambar 4. 12 Pengaturan Sensitivitas PUBG Mobil	82
Gambar 4. 13 Tampilan Error pada Free Fire	84
Gambar 4. 14 Tampilan Error pada PUBG Mobile	84
Gambar 4. 15 Tampilan Karakter dan Skin dalam Free Fire	86
Gambar 4. 16 Tampilan Karakter dan Skin dalam PUBG Mobile	86
Gambar 4. 17 Perlengkapan Senjata pada PUBG Mobile.....	87
Gambar 4. 18 Perlengkapan Senjata Free Fire.....	88
Gambar 4. 19 Karakter dalam Free Fire.....	89
Gambar 4. 20 Karakter dalam PUBG Mobile.....	89
Gambar 4. 21 Tampilan Halaman Utama Free Fire.....	90
Gambar 4. 22 Tampilan Halaman Utama PUBG Mobile	91
Gambar 4. 23 Perbandingan Grafis PUBG Mobile dan Free Fire saat Berlari	92
Gambar 4.24 Kriteria Uji t (Two-tailed test e	99
Gambar 4. 25 Histogram Free Fire	101
Gambar 4. 26 P-Plot Free Fire	101
Gambar 4. 27 Kriteria Uji F	105
Gambar 4. 28 Kriteria Uji t	106
Gambar 4. 29 Model Regresi Penelitian Free Fire.....	107
Gambar 4. 30 Histogram PUBG Mobile.....	109
Gambar 4. 31 P-Plot PUBG Mobile.....	110
Gambar 4. 32 Kriteria Uji F	113
Gambar 4. 33 Kriteria Uji t	114
Gambar 4. 34 Model Regresi Penelitian PUBG Mobile	115

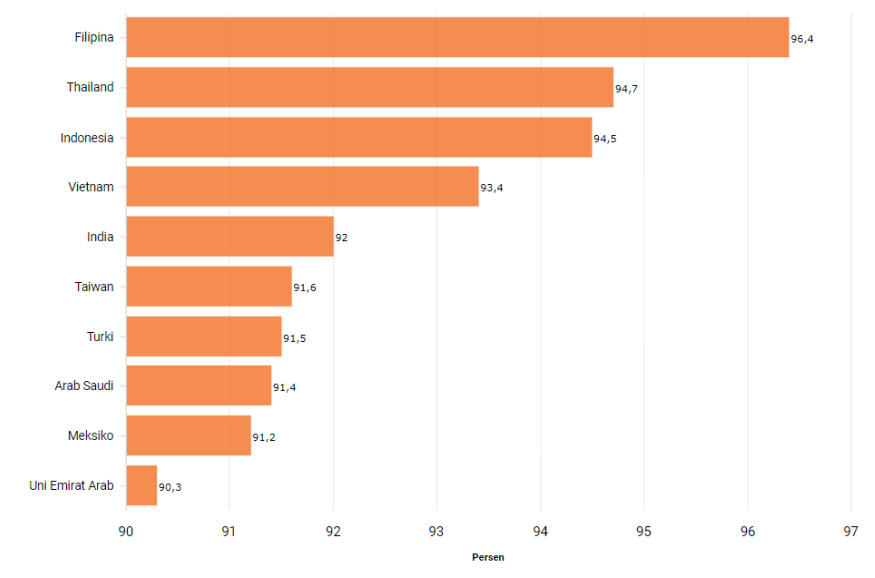
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, kemajuan teknologi yang lambat namun stabil telah membuat smartphone tersedia untuk masyarakat umum. Penggunaan teknologi komunikasi pada smartphone telah menjadi penting bagi masyarakat umum. Sebelum ini, smartphone hanya bisa digunakan untuk bermain game dan mengirim pesan teks ke teman. Namun, mereka juga dapat digunakan untuk menjelajah internet, bermain game, merekam video dan film, dan terlibat dalam media sosial.

Gambar 1. 1
10 Negara dengan Pemain Video Game Terbanyak di Dunia



Sumber: Databooks.com (2022)

Dikutip dari gambar diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa salah satu pasar *game* terbesar di dunia adalah Indonesia dimana hal ini dalam game seluler atau video game biasanya dimainkan di ponsel cerdas (*smartphone*), tablet dan *personal computer*. Berdasarkan laporan atas data diatas, Indonesia merupakan negara dengan jumlah gamer urutan terbesar ketiga di dunia per Januari 2022 dengan jumlah pengguna sebanyak 94,5%. Di sisi lain, Filipina menduduki

peringkat pertama dalam hal pengguna internet yang bermain video game yaitu sebesar 96,4%. Disusul dengan Thailand mendapat posisi kedua dengan persentase 94,7%.





Game kemudian saat ini menjelma lebih dari sekadar hiburan. Telah ditemukan bahwa bermain *game* meningkatkan berbagai fungsi kognitif, seperti pengurangan stres, peningkatan pengambilan keputusan, dan peningkatan kemampuan pemecahan masalah. Kapasitas untuk menggunakan game seluler dan koneksi yang berkembang antara perusahaan, organisasi bantuan keuangan, dan teknologi akan memungkinkan pembuat game untuk terus membuat aplikasi game seluler. Genre *battle royale* adalah salah satu yang menjadi semakin populer saat ini.

Banyak prinsip permainan dalam genre *battle royale* yang mudah dipahami meskipun rumit. Jenis ini memadukan aspek pencarian dan penggalan orang terakhir, eksplorasi, dan kelangsungan hidup. Tujuan setiap pemain adalah bertahan hidup dan menjadi orang terakhir yang bertahan dengan menghancurkan atau atasi pemain lain. Skala yang lebih besar dimulai dengan jumlah peralatan paling sedikit, kita harus mencari area untuk senjata, baju besi, dan item lain yang diperlukan untuk mengalahkan lawan tanpa terjebak di zona yang secara bertahap akan semakin kecil saat permainan berlangsung.

Adanya Free Fire pada 30 September 2017 dan PUBG *Mobile* pada 9 Februari 2018, genre *battle royale* membuat langkah signifikan. Sebenarnya, sejumlah *game battle royale*, termasuk *Cyber Hunter*, *Rules of Survivor*, dan *Knives Out*, sudah lebih dulu menarik minat gamer sebelum perilisan kedua judul ini. Dua game mobile yang paling banyak dimainkan saat ini adalah *game battle royale*, PUBG *Mobile* dan *Garena Free Fire*. Kedua game ini sangat mirip satu sama lain, dan ada lebih banyak kompetisi sekarang.

Tabel 1.1

Jumlah Ranging Games Dengan Genre Battle Royal

Jenis Games Battle Royal	Ranking	Penilaian
 <p>PUBG MOBILE Game Seluler Battle Royale Top</p> <p>240 RB PENILAIAN 4,3 ★★★★☆</p> <p>UMUR 12+ Tahun</p> <p>PERINGKAT #2 Strategi</p> <p>PENGEM Tencent M</p>	#2 Strategi	4.3
 <p>Free Fire: Winterlands Survival Shooter 10 menit!</p> <p>78 RB PENILAIAN 3,8 ★★★★☆</p> <p>UMUR 12+ Tahun</p> <p>PERINGKAT #2 Petualangan</p> <p>PENGEM GARENA IN</p>	#2 Petualangan	3.8
 <p>Call of Duty®: Mobile - Garena Season 9: Graveyard Shift</p> <p>32 RB PENILAIAN 4,2 ★★★★☆</p> <p>UMUR 17+ Tahun</p> <p>PERINGKAT #14 Aksi</p> <p>PENGEM Garena Mot</p>	#14 Aksi	4.2
 <p>Knives Out Strategi</p> <p>148 PENILAIAN 3,7 ★★★★☆</p> <p>UMUR 12+ Tahun</p> <p>KATEGORI Strategi</p> <p>PENGEMBA NetEase Ga</p>	#Strategi	3.7

Sumber: App Store (2023)

Dibandingkan dengan *game battle royale* lainnya, *Free Fire* tampaknya telah menerima jumlah unduhan yang lebih tinggi. Namun demikian, jumlah unduhan belum membahas hal ini dalam hal popularitas. Saat ini, bahkan di antara mereka yang belum pernah memainkannya, *PUBG Mobile* adalah merek game yang paling sering diucapkan dan dikenali. Oleh karena itu, meskipun *Free Fire* telah

memiliki lebih banyak unduhan daripada game battle royale lainnya, bukan berarti *Free Fire* adalah merek game mobile paling terkenal untuk *battle royale*.

Gambar 1.2
Ranking Game Mobile Berdasarkan Total Hours Watched of Esports Tournaments



Sumber: *Esportcharts.com* (2022)

Dari **gambar 1.2** di atas, dapat dilihat bahwa pesaingnya *PUBG Mobile* merupakan *game mobile e-sport* paling populer dengan jumlah *hours watch* sebanyak 112,22 juta di seluruh *platform*. Lalu, dilanjutkan oleh *Free Fire* sendiri dengan jumlah *hours watch* sebanyak 45,85 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. *Mobile Legends: Bang Bang* menjadi disiplin seluler terpopuler selama dua tahun berturut-turut. Jam tayang game ini pada tahun 2022 meningkat hampir 7%, namun Jam Tontonannya menurun sebesar 14,4%. Pasalnya turnamen utama musim ini, M4 World Championship, akan digelar pada Januari 2023.

Gambar 1.3
Top Games di Indonesia Q1 2023



Sumber: DataAi.com (2023)

Data diatas menyajikan jumlah *top games* di Indonesia berdasarkan *downloads*, *consumer spends* dan *monthly active users*. Sehingga dapat diketahui jika persaingan antara game *Free Fire* dan *Mobile Legend Bang Bang* cukup ketat bersaing karena berada di urutan pertama dan kedua dari segi *download* dan *monthly active users* mengindikasikan seberapa banyak orang yang mendownload kedua *game mobile* tersebut hingga menyimpan pada ponsel pintar yang dimilikinya serta aktif untuk menggunakan kedua game tersebut. Dari segi *consumer spend*, game mobile *Free Fire* berada di urutan ketiga karena kalah dari pengguna *Mobile Legend* dan *Higgs Domino Island*.

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 royale* 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 royale*. Adapun profil game tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 1. 4
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.

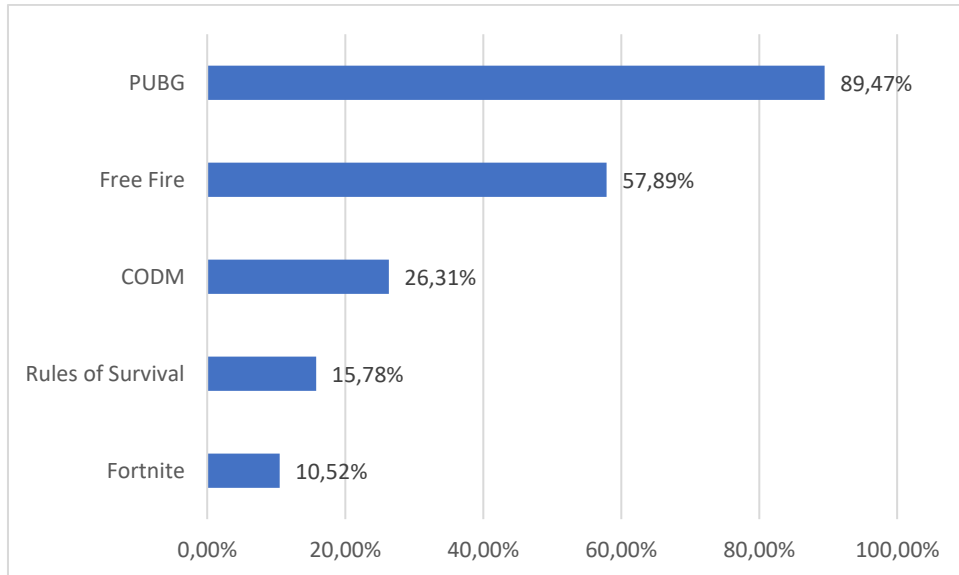
Melihat ketatnya persaingan antara *Free Fire* dengan *games* bergenre *battle royale* lainnya, penulis tertarik untuk mempelajari perusahaan tersebut. Penulis menemukan fenomena yang menarik yaitu adalah penggunaan berkala publik untuk *game battle royale* salah satunya *PUBG mobile* yang lebih banyak 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 royale* 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 19 (sembilan belas) partisipan untuk memahami niat pakai

konsumen terhadap fungsi *game* tersebut. Dibawah ini merupakan hasil dari pertanyaan-pertanyaan selama penelitian pendahuluan dan jawabannya.

Gambar 1. 5

Jenis Game Battle Royale yang Responden Pernah Mainkan

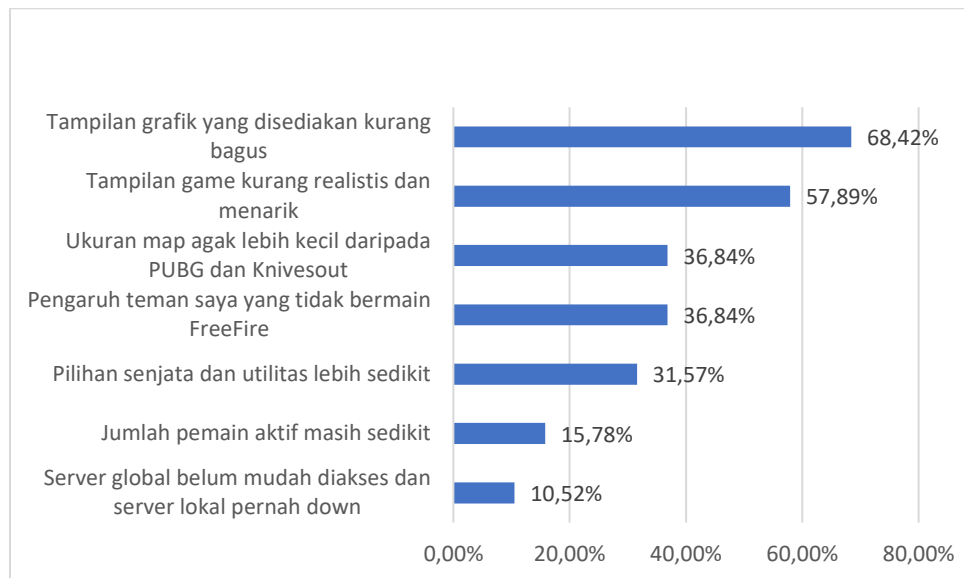


Sumber: Hasil olah penulis

Hasil kajian awal mengenai *game battle royale* dan apa yang telah dimainkannya terlihat pada **gambar 1.5** diatas. Terbukti, sebanyak 89,47% responden pernah menggunakan *PUBG Mobile* sedangkan hanya 57,89% yang pernah menggunakan *game Free Fire*. Berdasarkan fakta di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah orang yang menggunakan *PUBG Mobile* lebih banyak jika dibandingkan dengan *Free Fire* dan *game battle royale* lainnya. Hal ini juga menunjukkan bahwa *PUBG Mobile* menjadi lebih populer, artinya semakin banyak orang yang menggunakannya. Indikator ini juga menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengguna aktif *PUBG Mobile* yang jauh lebih tinggi dibandingkan *Free Fire* dan *game battle royale* lainnya.

Gambar 1. 6

Alasan Responden Tidak Bermain Free Fire



Sumber: Hasil olah penulis

Berdasarkan hasil penelitian awal yang ditunjukkan pada **gambar 1.6** di atas, responden memberikan masukan mengenai fitur dan fitur dalam game *Free Fire*, seperti tampilan *game* yang kurang realistis dan menarik (57,89%) dan ukuran map yang lebih kecil dibandingkan dengan *PUBG Mobile* dan beberapa *game battle royale* lainnya (36.84%). Beberapa aspek ini, seperti peralatan, utilitas, dan atribut *game* sangat penting untuk dipertimbangkan sebelum mulai bermain karena aspek-aspek tersebut dapat berdampak negatif terhadap *gameplay* dan mekanisme pengguna. Ketika lebih banyak pemain atau pengguna merasakan mekanisme *gameplay* dan hasil *gameplay* yang positif, mereka akan menjadi lebih nyaman dengan hal ini. Oleh karena itu, spesifikasi di atas memiliki peran krusial dalam menonjolkan pekerjaan dan aktivitas sehari-hari. Selain itu, responden menyatakan bahwa *Free Fire* sulit untuk mengakses *server* global (10,52%) dan karakter serta grafiknya condong berbentuk kartun yang diisi oleh banyak animasi dan tidak seindah *game battle royale* lainnya (68,42%). Jika dibandingkan dengan rivalnya di *genre battle royale*, grafis *Free Fire* terbilang kurang realistis, tajam, dan bersih. Selanjutnya, nada menjadi kurang intens dan lebih jelas dalam hal kecerahan. Hal

ini juga disebabkan oleh visual *Free Fire* yang memiliki kualitas yang kurang tinggi dan detail kurang tajam.

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 royale* lainnya. Banyak penggemar *game battle royale* 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 royale* 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 Game Produk Terhadap Niat Pakai Pada Game Free Fire”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut.

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

5. Apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen tentang niat pakai pada *game Free Fire* dengan *PUBG Mobile*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen atas atribut produk pada *game Free Fire* dan *PUBG Mobile*.
2. Untuk mengetahui niat pakai konsumen pada *game Free Fire* dan *PUBG Mobile*.
3. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap niat pakai pada *game Free Fire* dan *PUBG Mobile*.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen tentang atribut produk pada *game free fire* dengan *PUBG Mobile*.
5. 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 dijadikan sebagai tolak ukur kemampuan peneliti dalam merangkum permasalahan dan memecahkan masalah yang terjadi sehingga dapat menguji kemampuan peneliti dalam menganalisis respon mahasiswa terhadap atribut yang terdapat pada *game online* yang dimainkannya dan dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai atribut apa saja yang berpengaruh terhadap penggunaan *game online*.

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.

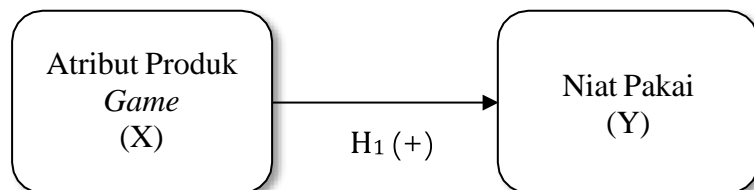
Menurut Kotler dalam Pradana (2018), nilai beli atau niat pakai adalah suatu hal yang akan muncul ketika dan setelah menerima stimulus dari produk yang dilihatnya, kemudian akan muncul ketertarikan akan mencoba atau memakai produk tersebut. Niat menggunakan tersebut apabila semakin kuat maka akan mendorong 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.

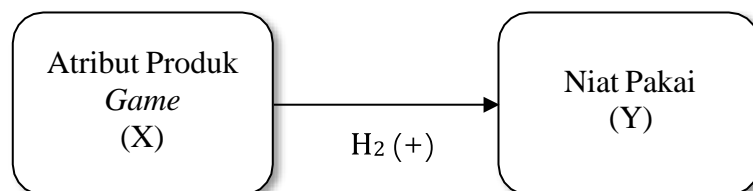
Berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa masih rendahnya niat pakai *game Free fire* apabila dibandingkan dengan pesaingnya yaitu *game* bergenre *battle royale* lainnya, dikarenakan oleh faktor-faktor yang dapat dikategorikan sebagai bagian dari atribut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

Gambar 1.7
Model Konseptual

Model konseptual pada *Free Fire*



Model konseptual pada *PUBG Mobile*



Hipotesis dalam Penelitian :

H₁ = Atribut produk berpengaruh positif terhadap niat pakai *Free Fire*

H₂ = Atribut produk berpengaruh positif terhadap niat pakai *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 penilaian konsumen pada atribut produk *Free Fire* dan *PUBG Mobile*

H₄ = Terdapat perbedaan rata – rata penilaian konsumen pada niat pakai *Free Fire* dan *PUBG Mobile*