BAB I
PENDAHULUAN

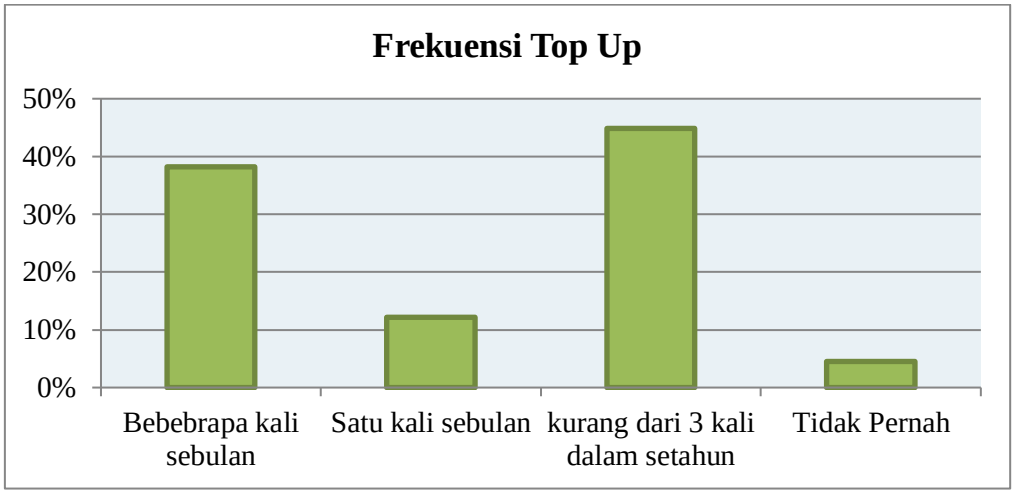
1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi *digital* telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, di mana akses internet yang semakin luas turut *menjadikan game mobile* sebagai hiburan digital yang dekat dengan kehidupan anak muda [1][2]. Perkembangan ini tidak hanya mengubah pola konsumsi hiburan, tetapi juga membentuk perilaku ekonomi digital melalui pembelian item di dalam aplikasi *(in-app purchase)*. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa persepsi pemain terhadap manfaat dan nilai yang diperoleh dari item tersebut, serta pengaruh lingkungan sosial, dapat mendorong munculnya niat untuk melakukan pembelian [3]. Strategi penghasilan dalam permainan, seperti pemberian hadiah acak berbayar dan penentuan harga yang dirancang menarik secara psikologis, juga terbukti memengaruhi perilaku pemain melalui dorongan psikologis tertentu [4]. Pada pemain *game* di Indonesia, faktor seperti harga yang dianggap sesuai dengan manfaat yang diperoleh serta hadiah yang dirasakan menguntungkan bahkan lebih berpengaruh terhadap keputusan membeli dibandingkan sekadar motivasi bermain [5]. Hal ini menegaskan bahwa niat membeli *item virtual* telah menjadi bagian kompleks dari konsumsi *digital* pemain muda.

Sejumlah studi menunjukkan bahwa nilai fungsional, emosional, dan sosial mendorong pemain *Mobile Legends: Bang Bang* untuk membeli *item virtual* [6]. Pada *PUBG Mobile,* persepsi pemain terhadap nilai dan manfaat item juga terbukti memengaruhi niat pembelian [7]. Selain itu, faktor psikologis seperti rasa takut tertinggal dari pemain lain serta desain *event* atau acara khusus di dalam permainan turut memperkuat dorongan untuk melakukan pembelian, terutama ketika item yang ditawarkan memberikan keuntungan dalam permainan atau kepuasan emosional yang lebih tinggi [8][9]. Temuan ini menegaskan bahwa desain permainan berperan strategis dalam membentuk keputusan ekonomi pemain.

Survei awal terhadap mahasiswa Universitas Malikussaleh menunjukkan bahwa lebih dari 50% *responden* aktif bermain *Mobile Legends: Bang Bang*. Sebanyak 50,4%

responden melakukan *top up* minimal sekali dalam sebulan, sedangkan 44,9% melakukan pembelian kurang dari tiga kali setahun.



Gambar 1.1 Data Awal Survei

Meski demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih melihat manfaat dan nilai yang dirasakan pemain sebagai satu faktor umum, tanpa menjelaskan secara khusus pengaruh desain permainan, terutama Kualitas event system dan mekanisme pemberian hadiah sebagai faktor yang berdiri sendiri. Penelitian pada *game mobile* juga masih belum memisahkan secara jelas pengaruh Kualitas event system dan *reward* dalam permainan [10]. Selain itu, penelitian mengenai penerapan unsur-unsur permainan dalam suatu aktivitas belum banyak membahas seberapa sering *event* diadakan maupun bagaimana kualitas *event* tersebut memengaruhi pemain [11]. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait peran kualitas Kualitas event system dan mekanisme pemberian hadiah sebagai faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian pemain *Mobile Legends* di Indonesia.

Secara teoritis, *event* dan *reward* merupakan komponen penting yang dapat meningkatkan keterlibatan pemain. Sistem tantangan dan hadiah terbukti meningkatkan keterlibatan pemain [12] keterlibatan tersebut kemudian dapat mendorong munculnya keinginan untuk membeli *item virtual* di dalam permainan [13]. Penelitian kuantitatif pada *game mobile* di Indonesia juga menunjukkan bahwa faktor harga, citra permainan, dan loyalitas pemain dapat diperkuat melalui Kualitas event system dan *reward*

sehingga meningkatkan keinginan pemain untuk melakukan pembelian di dalam permainan [14].

Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji secara empiris pengaruh kualitas *event* dan *reward* terhadap niat pembelian pada *game MLBB* dengan menggunakan kerangka teori *Stimulus Organism Response (SOR)*. Dalam model ini, *event* dan *reward* dipandang sebagai rangsangan dari luar yang diterima pemain. Rangsangan tersebut kemudian memengaruhi kondisi psikologis pemain, seperti tingkat keterlibatan dan ketertarikan mereka terhadap permainan. Selanjutnya, kondisi tersebut akan memunculkan *respons* berupa keinginan untuk melakukan pembelian *item* di dalam permainan [15]. Dengan demikian, pendekatan SOR relevan untuk menguji pengaruh kualitas *event* dan *reward* terhadap niat pembelian dalam konteks *game mobile*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas Kualitas event system dalam *Mobile Legends* berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan pemain pada mahasiswa Universitas Malikussaleh yang bermain Mobile Legends?
2. Apakah sistem *reward* dalam *Mobile Legends* berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan pemain pada mahasiswa Universitas Malikussaleh yang bermain Mobile Legends?
3. Apakah keterlibatan pemain berpengaruh signifikan terhadap niat melakukan pembelian item di dalam *game* pada mahasiswa Universitas Malikussaleh yang bermain *Mobile Legends*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas Kualitas event system terhadap keterlibatan pemain pada mahasiswa Universitas Malikussaleh yang bermain *Mobile Legends*.

2. Menganalisis dan mengetahui pengaruh sistem *reward* terhadap keterlibatan pemain pada mahasiswa Universitas Malikussaleh yang bermain *Mobile Legends.*
3. Menganalisis dan mengetahui pengaruh keterlibatan pemain terhadap niat melakukan pembelian item di dalam permainan pada mahasiswa Universitas Malikussaleh yang bermain *Mobile Legends.*

1.4 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus serta menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada game *Mobile Legends: Bang Bang* dan tidak mencakup *game mobile* lainnya.
2. Objek penelitian dibatasi pada mahasiswa aktif Universitas Malikussaleh yang bermain *Mobile Legends* secara regular.
3. *Variabel independen* yang diteliti dibatasi pada dua aspek yaitu kualitas *event* dan *reward* dalam *Mobile Legends*.
4. *Variabel mediasi* yang diteliti dibatasi pada keterlibatan pemain yang mencakup aspek pemikiran, emosional, dan perilaku pemain saat bermain.
5. *Variabel dependen* yang diteliti dibatasi pada niat pembelian item *dalam game (purchase intention*) dan tidak mencakup perilaku pembelian aktual (*actual purchase behavior*).
6. Kerangka teoritis yang digunakan dibatasi pada model *Stimulus-Organism-Response (SOR)* oleh Mehrabian dan Russell (1974).
7. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis permainan seperti mekanisme permainan, keseimbangan kemampuan karakter, maupun aspek kompetitif lainnya yang tidak berkaitan dengan Kualitas event system dan sistem pemberian hadiah.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang perilaku *konsumen* digital dan *game studies* dengan mengaplikasikan model *Stimulus Organism Response (SOR)* dalam konteks *game mobile* di Indonesia.
2. Memperkaya literatur akademis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan pemain dan niat melakukan pembelian dalam permainan gratis untuk dimainkan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen digital dan strategi pendapatan pada *game mobile.*
3. Memberikan gambaran empiris bagi pengembang *game* dalam mengoptimalkan desain Kualitas event system dan sistem *reward* agar lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan pemain dan mendorong peningkatan pendapatan permainan secara berkelanjutan.
4. Menyediakan pemahaman bagi institusi pendidikan tentang perilaku dan pola konsumsi digital mahasiswa yang dapat menjadi dasar pengembangan program literasi digital literasi keuangan, serta kebijakan terkait aktivitas bermain game di lingkungan kampus.
5. Meningkatkan kesadaran pemain mengenai pengaruh psikologis dalam desain permainan sehingga pemain dapat mengambil keputusan yang lebih rasional dan bijak dalam mengatur waktu maupun pengeluaran finansial untuk bermain *game*