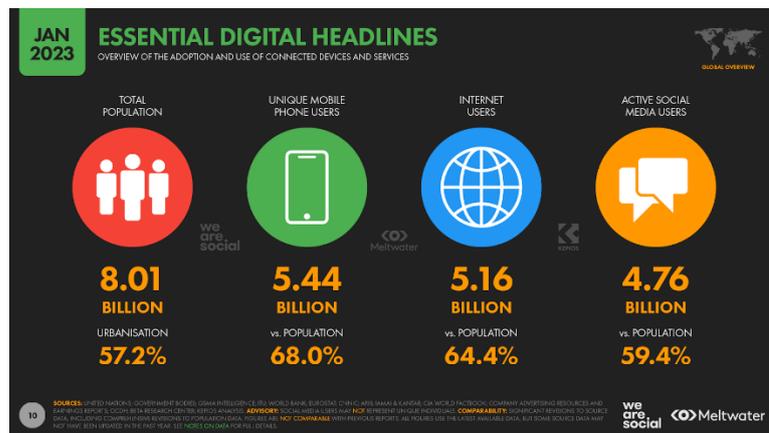


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pengguna internet terus meningkat seiring dengan digitalisasi. Kondisi ini sejalan dengan adanya peningkatan kapasitas jaringan dan kecepatan internet yang kini sudah memasuki era 5G. Menurut laporan terbaru dari Meltwater yang ditulis dalam Digital 2023 Global Overview Report, jumlah pengguna internet secara global mencapai 5,16 miliar. Angka ini merupakan 64,4% dari total populasi global sebanyak 8,01 miliar pada awal 2023, seperti disajikan pada Gambar 1.1 (Meltwater, 2023).



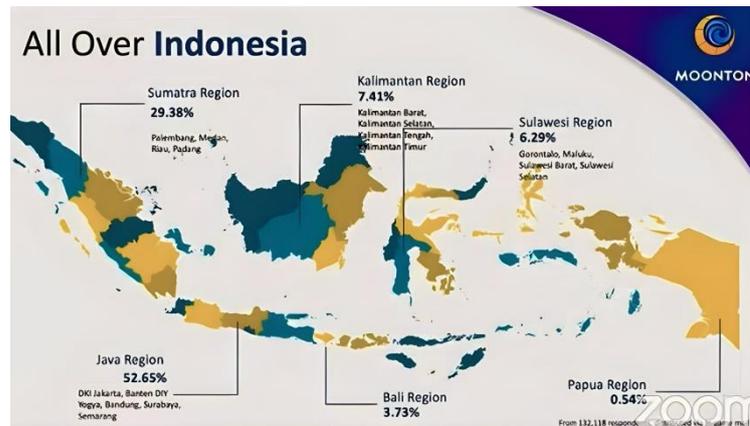
Sumber : (Global Overview Report, 2023)

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Secara Global

Penggunaan internet tersebut juga meningkat di Indonesia. Berdasarkan laporan data dari Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 215 juta atau 78,19% dari total populasi yang sebesar 275 juta jiwa (APJII, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Noeren (2023) mengatakan bahwa pengguna internet di Indonesia sekitar 59% menggunakan aplikasi *game online* setiap bulannya. Salah satu faktor pengguna *game* meningkat karena adanya perkembangan teknologi terutama pada kemudahan yang diberikan dalam mendapatkan berbagai jenis informasi dengan bantuan internet, misalnya dengan banyaknya aplikasi *game online* yang tersedia.

Permainan *game online* terdiri dari beberapa jenis, diantaranya adalah PUBG (*Player Unknown Battle Ground*), AOV (*Arena of Valor*), serta MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*). *Game online* seperti MOBA sangat populer dan banyak dimainkan, seperti *Mobile Legends: Bang-Bang* (MLBB) yang menduduki posisi teratas sebagai *game* yang paling banyak diunduh yang dirilis oleh Moonton (Wijaya & Paramita, 2019). Penelitian lain dilakukan oleh Ong et al (2023) yang mengatakan bahwa MLBB menjadi salah satu *game* dengan ratusan juta unduhan dan menjadi sangat populer di Asia. E-sports MLBB di Asia Tenggara juga menambah minat dalam memainkan *game* ini dengan kompetitif dalam skala global dan memberikan pengaruhnya terhadap regional serta ekosistem *game* internasional, salah satunya di Indonesia. Berikut ini pengguna *game online* MLBB yang tersebar di seluruh Indonesia yang ditunjukkan pada Gambar 1.2 (Rachmanta, 2021).



Sumber : (Rachmanta, 2021)

Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Game Mobile Legends di Indonesia

Aplikasi *game online* MLBB menjadi *game* yang banyak diminati dengan jumlah unduhan terbanyak di *Play Store* dan *App Store*, namun MLBB memiliki *rating* yang lebih rendah dibandingkan kompetitornya, yaitu MLBB dengan 3,9, Honor of Kings 4,3, dan Free Fire 4,2. Dari *review* para pengguna MLBB, ada beberapa alasan mengapa mereka memberikan *rating* yang rendah pada aplikasi ini. Salah satunya adalah aplikasi yang sering keluar sendiri. Masalah yang terjadi pada aplikasi MLBB disebabkan oleh *server*, seperti gagal pada saat *login*, jaringan stabil namun ketika bermain aplikasinya menjadi sangat lambat (Apriliani & Widodo, 2022).

Apriliani & Widodo (2022) melakukan *pre-survei* terhadap 30 responden pengguna *game* MLBB di Bandung. 60% responden menyatakan bahwa aplikasi MLBB secara keseluruhan tidak mudah digunakan, artinya pada bagian persepsi kemudahan penggunaan masih mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasinya. Pada bagian kepuasan terdapat 63% responden yang menyatakan tidak setuju dengan aplikasi MLBB yang sesuai dengan harapan mereka. Menurut Davis

(1989) salah satu akseptasi suatu sistem adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

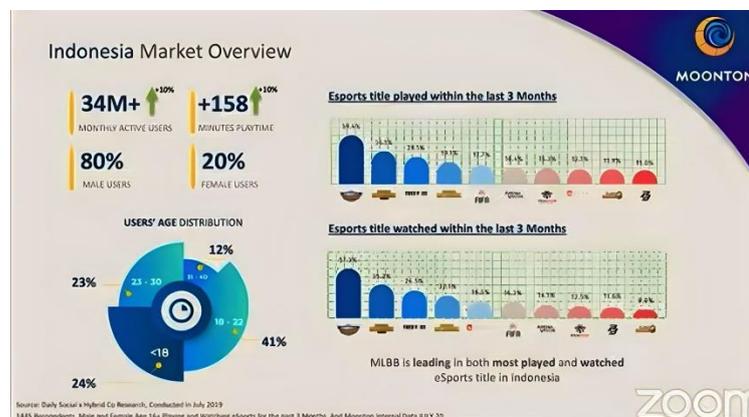
Penelitian yang dilakukan oleh Jogiyanto (2008) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang mengenai kemudahan memahami dan menggunakan suatu teknologi. Menurut penelitian Pambudi (2021) dan Putra & Raharjo (2021), persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Aplikasi *game online* MLBB mendapatkan banyak keluhan serta terdapat kesulitan dalam menggunakan *game* tersebut, sehingga memberikan pengalaman pelanggan (*customer experience*) menjadi buruk. Pengalaman pelanggan ini perlu menjadi perhatian perusahaan dalam memuaskan pelanggannya dan memenangkan persaingan (Pramudita & Japarianto, 2013). Pengalaman pelanggan terdiri dari tanggapan pelanggan yang bersifat internal dan subyektif yang berasal dari interaksi yang dilakukan oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Zaid & Patwayati, 2021). Hal ini juga dikatakan oleh Becker & Jaakkola (2020) bahwa pengalaman pelanggan bagi pemimpin bisnis adalah kunci daya saing bagi sebagian besar perusahaan.

Nasution (2014) menyatakan adanya pengalaman pelanggan dapat mempengaruhi terjadinya perubahan perilaku pelanggan, salah satunya kepuasan yang dialaminya. Semakin baik pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Nugroho (2020) dan Simanjuntak & Purba

(2020) yang mengidentifikasi adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengalaman pelanggan dengan kepuasan pelanggan.

Selain pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan. Sebuah *game* yang mudah digunakan, fleksibel, mudah dipahami, akan membuat pelanggan puas yang diindikasikan seringnya pelanggan menggunakan *game* tersebut.



Sumber : (Rachmanta, 2021)

Gambar 1.3 Demografi Game Mobile Legends di Indonesia

Tidak hanya persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman pelanggan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi adanya demografi juga turut memperkuat kepuasan. Berdasarkan Gambar 1.3 ditunjukkan bahwa sebanyak 80% pengguna *game online* MLBB adalah laki-laki, sedangkan sisanya 20% adalah perempuan. Pada gambar juga ditunjukkan juga bahwa pengguna *game online* MLBB sebanyak 24% berusia < 18 tahun, sebanyak 41% berusia 18-22 tahun, sebanyak 23% berusia 23-30 tahun, dan sisanya 12% berusia 31-40 tahun (Pratnyawan, 2021). Menurut penelitian lain yang dilakukan oleh Dharmais & Rubiyanti (2019) terhadap 100 pemain MLBB di Indonesia, 37% pemain mendapatkan penghasilan Rp 1.000.000-Rp 2.000.000, sebanyak 23%

berpenghasilan Rp 2.000.000-Rp 2.500.000, kemudian 20% di bawah Rp 1.000.000, dan 20% berpenghasilan di atas Rp 2.500.000. selain itu pekerjaan didominasi oleh mahasiswa sebanyak 54%, wiraswasta 18%, pegawai swasta 10%, PNS 4%, dan 14% pekerjaan lain selain yang disebutkan.

Syahmaulana & Indriani (2022) mengatakan bahwa *game* sangat digemari oleh segala kalangan baik dari usia maupun jenis kelamin, serta jumlah *gamer* di Indonesia mencapai 60 juta yang rata-rata memiliki usia 16-34 tahun. Hal ini menimbulkan sikap maupun keterampilan terhadap *game online* akan berbeda dan juga terdapat indikasi bahwa perilaku mereka dimoderasi oleh demografi ini. Maka dari itu, dalam penelitian ini demografi yaitu usia, gender, dan pendapatan, akan dijadikan sebagai variabel pemoderasi, yang diduga akan memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yol et al (2006) menyatakan bahwa pendapatan memperkuat kepuasan pelanggan, dimana orang yang memiliki pendapatan rendah cenderung merasa lebih puas, dan lebih kecil kemungkinannya untuk mengeluh dibandingkan dengan orang yang memiliki pendapatan yang tinggi. Selain itu, menurut penelitian Pitchayadejanant & Nakpathom (2016) disebutkan bahwa demografi memperkuat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kondisi di atas, maka permasalahan ini layak untuk diteliti dengan menggunakan variabel persepsi kemudahan penggunaan, pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan dan demografi (usia, gender, dan pendapatan), maka penulis akan mengambil judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Demografi

sebagai Pemoderasi (Studi pada Pengguna *Game Online Mobile Legends: Bang-Bang*)”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah demografi usia memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah demografi gender memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah demografi pendapatan memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah demografi usia memoderasi pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan?
7. Apakah demografi gender memoderasi pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan?
8. Apakah demografi pendapatan memoderasi pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan.
2. Untuk menguji pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan.
3. Untuk menguji moderasi demografi usia pada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk menguji moderasi demografi gender pada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menguji moderasi demografi pendapatan pada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk menguji moderasi demografi usia pada pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.
7. Untuk menguji moderasi demografi gender pada pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.
8. Untuk menguji moderasi demografi pendapatan pada pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi peneliti atau penulis.

Penelitian ini merupakan salah satu bukti dari penerapan ilmu yang telah dipelajari selama menempuh pendidikan di bangku kuliah dan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dan pengetahuan untuk penelitian pada bidang manajemen operasi.

2. Bagi pihak perusahaan atau pengelola.

Penelitian ini sangat relevan bagi industri *game*. Dengan pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan dapat menjadi landasan dalam mengembangkan fitur di dalam *game* dan berfokus pada mempertahankan serta menarik pelanggan baru. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan industri *game online* dan penggunaan teknologi informasi dalam lingkungan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak pengelola *game online* MLBB dan menjadi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman terhadap hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks penggunaan *game online*. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi baru dalam literatur akademik terkait dengan kepuasan pelanggan pada industri *game* dan teknologi informasi.

3. Bagi peneliti lain.

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk memahami lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di lingkungan teknologi *game online*.