

**ANALISA FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS PEMAIN GAME ONLINE
(STUDI PADA GAME DOTA 2 DI INDONESIA)**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH
KHOLIF PRIMA ARDLIAN
041211233108**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2018**

SKRIPSI

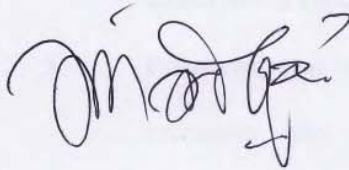
**ANALISA FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS PEMAIN GAME ONLINE**

DIAJUKAN OLEH:

KHOLIF PRIMA ARDLIAN

041211233108

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:
DOSEN PEMBIMBING,**



Dr. DIEN MARDHIYAH, SE., M.Si.

TANGGAL 2-8-2018

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. MASMIRA KURNIAWATI, SE., M.Si.

TANGGAL 2-8-2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya (Kholif Prima Ardlian), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Universitas Airlangga, maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 3 Juli 2018


Kholif Prima Ardlian

NIM. 041211233108

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subahanahu Wata'ala yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya hingga saat ini. Dan tidak lupa sholawat serta salam penulis panjatkan kepada Rosulullah Muhammad Sollallahu 'Alaihi Wasallam. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Allah Subahanahu Wata'ala yang senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran, hidayah, dan cinta-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul Analisa Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Loyalitas Pemain Game Online: Studi pada game online DotA 2 di Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang membangun, penulis harapkan untuk perbaikan karya ilmiah dan peningkatan wawasan penulis. Selama proses menempuh pendidikan sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Moh. Nasih, SE., MT., M.Si., Ak., CA selaku Rektor Universitas Airlangga.
2. Prof. Dr. Hj. Dian Agustina, SE., M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
3. Dr. Praptini Yulianti, M.Si., selaku Ketua Departemen Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

4. Dr. Masmira Kurniawati, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
5. Dien Mardhiyah, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing di Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, terima kasih atas bimbingan dan nasehat-nasehatnya selama proses pengerjaan skripsi.
6. Sony Kusumasondjaja, SE., M.Com., Ph.D., selaku Dosen Wali di Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, terima kasih atas arahan dan nasehat-nasehatnya selama proses pengerjaan skripsi.
7. Keluarga penulis terutama kedua orang tua penulis, Bapak Abdul Fatah dan Ibu Siti Mu'tamaroh yang tanpa henti memberikan semangat, motivasi, dan do'anya kepada penulis.
8. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah membagikan ilmu dan wawasannya kepada penulis.
9. Para Civitas dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, terutama Departemen Manajemen yang telah membantu penulis selama menyelesaikan pendidikan.
10. Sahabat baik penulis selama kuliah: Yusuf, Yori, Alvian, Dwi, Feisal, Mukhlis, Ardhika, Oni, Rekha, Rahmad Risky, Arya, Meilia, Nashis, Taufik, Tiko, Ery, Zainul, dkk yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya.

11. Teman-teman bimbingan seperjuangan skripsi: Tino, Fani, Alfa, Rizka, Luki, Didit.
12. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2012. Terima kasih atas kebersamaan dan kerjasamanya selama ini.

Segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak akan sangat membantu dalam usaha perbaikan skripsi ini, sehingga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Juli 2018

Penulis

ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis *game online* menuntut para *publisher game* untuk dapat mempertahankan loyalitas dari para pelanggannya. Loyalitas dari para pemain *game* telah menjadi kunci keberlanjutan bagi bisnis mereka. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi loyalitas para pemain *game online*, khususnya pada *game* DotA 2.

Pada penelitian ini, loyalitas pemain *game* DotA 2 dianalisis menggunakan teori *uses and gratification* dan teori *flow experience*. Dari dua teori tersebut, peneliti menggunakan variabel-variabel seperti *enjoyment*, *social interaction*, *achievement*, *visual appeal*, *escapism*, *challenge*, *control*, dan *interactivity*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah total responden sebanyak 241 orang. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan aplikasi AMOS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *escapism* dan *visual appeal* berpengaruh positif terhadap *enjoyment*. Selanjutnya, *enjoyment*, *achievement*, *challenge*, *control*, dan *interactivity* memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pemain. Sedangkan *social interaction* memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas pemain.

Kata kunci: *Online gaming*, *Uses and Gratification*, *Flow Experience Theory*, *Computer game*, *Customer loyalty*.

ABSTRACT

Increasing competition in online game industry has required game publishers to keep their customers loyal, since survival of their business depends on it. This research aims to discover internal and external factors affecting online game players' loyalty, especially in DotA 2 game.

In this research, loyalty of DotA2 players is analyzed with uses and gratification and flow experience theory. Variables such as enjoyment, social interaction, achievement, visual appeal, escapism, challenge, control, and interactivity are used with reference to the theories mentioned before. Data is collected by distributing questionnaire to 241 respondents. The researcher uses Structural Equation Modelling (SEM) for analysis, supplemented by AMOS application. Findings from this research shows that escapism and visual appeal have positive impact toward enjoyment. Enjoyment, achievement, challenge, control, and interactivity affect players' loyalty positively. While social interaction affect players' loyalty negatively.

Keyword: Online gaming, Uses and gratification, Flow Experience Theory, Computer game, Customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	18
1.3. Tujuan Penelitian.....	18
1.4. Manfaat Penelitian.....	19
1.5. Sistematika Penulisan Isi Skripsi	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1. Landasan Teori.....	21
2.1.1. Game Online.....	21
2.1.2. Teori Uses & Gratification.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Flow Theory	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Online Flow Experience.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. Loyalty	35
2.2. Hubungan Antar Variabel dan Pembentukan Hipotesis	37
2.2.1. Visual Appeal dan Enjoyment.....	37
2.2.2. Escapism dan Enjoyment	38
2.2.3. Enjoyment dan Loyalty	39
2.2.4. Social Interaction dan Loyalty.....	40
2.2.5. Achievement dan Loyalty	41
2.2.6. Challenge dan Loyalty	42
2.2.7. Control dan Loyalty	43

2.2.8.	Interactivity dan Loyalty	44
2.3.	Penelitian Terdahulu	45
2.3.1.	Merhi (2016).....	45
2.3.2.	Huang dan Hsieh (2011)	46
2.4.	Kerangka Konseptual.....	47
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1.	Pendekatan Penelitian	50
3.2.	Identifikasi Variabel	51
3.3.	Definisi Operasional	51
3.3.1.	Variabel Eksogen.....	52
3.3.2.	Variabel Endogen	57
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	58
3.5.	Populasi dan Sampel.....	59
3.5.1.	Populasi	59
3.5.2.	Sampel.....	59
3.6.	Prosedur Pengumpulan Data	60
3.7.	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	61
3.7.1.	Validitas dan Realibilitas	61
3.8.	Teknik Analisis.....	63
3.8.1.	Structural Equation Modeling (SEM)	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		70
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	71
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden	74
4.3.1.	Deskripsi Variabel <i>Visual Appeal</i>	74
4.3.2.	Deskripsi Variabel Escapism.....	77
4.3.3.	Deskripsi Variabel Enjoyment.....	78
4.3.4.	Deskripsi Variabel Social Interaction	80
4.3.5.	Deskripsi Variabel Achievement	81
4.3.6.	Deskripsi Variabel Challenge	83
4.3.7.	Deskripsi Variabel Interactivity.....	86
4.3.8.	Deskripsi Variabel Control.....	87
4.3.9.	Deskripsi Variabel Loyalty	89
4.3.10.	<i>Mean</i> Komposit	91

4.4.	Measurement Model	91
4.4.1.	Goodness of Fit Pada Visual Appeal	92
4.4.2.	Goodness of Fit Pada Escapism.....	93
4.4.3.	Goodness of Fit Pada Enjoyment.....	94
4.4.4.	Goodness of Fit Pada Social Interaction.	95
4.4.5.	Goodness of Fit Pada Achievement.	95
4.4.6.	Goodness of Fit Pada Challenge.....	96
4.4.7.	Goodness of Fit Pada Control.....	97
4.4.8.	Goodness of Fit Pada Interactivity.....	98
4.4.9.	Goodness of Fit Pada Loyalty.	99
4.4.10.	Confirmatory Factor Analysis, Hasil Uji Convergent Validity, dan Reliability Construct.	100
4.5.	Uji Normalitas	102
4.5.1.	Normalitas Univariat.....	102
4.5.2.	Normalitas Multivariat	105
4.5.3.	Uji Outlier Multivariate.....	106
4.6.	Validitas Diskriminan.....	107
4.7.	Evaluasi Goodness of Fot Struktural	110
4.8.	Pengujian Hipotesis	111
4.9.	Pembahasan.....	113
4.9.1.	Pengaruh <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Enjoyment</i>	113
4.9.2.	Pengaruh <i>Escapism</i> terhadap <i>Enjoyment</i>	114
4.9.3.	Pengaruh <i>Enjoyment</i> terhadap Loyalty	114
4.9.4.	Pengaruh Social Interaction terhadap Loyalty	115
4.9.5.	Pengaruh Achievement terhadap Loyalty	116
4.9.6.	Pengaruh <i>Challenge</i> terhadap <i>Loyalty</i>	116
4.9.7.	Pengaruh <i>Control</i> terhadap <i>Loyalty</i>	117
4.9.8.	Pengaruh Interactivity terhadap Loyalty	117
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		119
5.1.	Kesimpulan	119
5.2.	Implikasi Teoritis dan Praktis	119
5.2.1.	Implikasi Teoritis.....	119
5.2.2.	Implikasi Praktis	120
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	121

DAFTAR PUSTAKA..... 122**LAMPIRAN****DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Bermain Game	72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Konektivitas	72
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bermain.....	73
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Bermain	73
Tabel 4.7 Kategori Deskripsi Jawaban Responden	74
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Visual Appeal</i>	75
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Escapism</i>	77
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Enjoyment</i>	79
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Social Interaction</i>	80
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Achievement</i>	82
Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Challenge</i>	84
Tabel 4.14 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Interactivity</i>	86
Tabel 4.15 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Control</i>	88
Tabel 4.16 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Loyalty</i>	89
Tabel 4.17 <i>Mean</i> Komposit	91
Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>visual appeal</i>	92
Tabel 4.19 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>escapism</i>	93
Tabel 4.20 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>enjoyment</i>	94
Tabel 4.21 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>social interaction</i>	95
Tabel 4.22 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>achievement</i>	96
Tabel 4.23 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>challenge</i>	96
Tabel 4.24 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>challenge</i>	97
Tabel 4.25 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>interactivity</i>	98
Tabel 4.26 <i>Goodness of Fit</i> variabel <i>loyalty</i>	99
Tabel 4.27 <i>Confirmatory factor analysis</i> , uji <i>convergent validity</i> dan <i>reliability construct</i>	100
Tabel 4.28 Evaluasi uji normalitas univariat.....	103
Tabel 4.29 Evaluasi uji normalitas multivariat.....	105
Tabel 4.30 Hasil uji <i>outlier multivariate</i>	106
Tabel 4.31 Nilai korelasi antar konstruk.....	108
Tabel 4.32 <i>Goodness of Fit</i> model struktural.....	111
Tabel 4.33 Uji hipotesis	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Game Online dalam Steam Tahun 2017	1
Gambar 2.1 Model Empat Saluran	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	48
Gambar 4.1 Validitas Diskriminan	107
Gambar 4.2 Model Struktural.....	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Respoden

Lampiran 3 Measurement Model (SEM)

Lampiran 4 Tabel Z Score

Lampiran 5 Observation Farthest from the Centroid Mahalonobis Distance