

PENGARUH ENJOYMENT, FLOW EXPERIENCE, TRUST TERHADAP INTENTION TO PLAY PADA GAME PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS MOBILE DI BENGKULU

¹Ivan Kurnia, ²Muhartini Salim, ³Sularsih Anggrawati, ⁴Aprima Widanti, ⁵Ilsya Hayadi
^{1,2,3,4,5}Universitas Bengkulu, Bengkulu
¹ivankurnia42@gmail.com, ²muharhatinisalim@unib.ac.id, ³masdjati_sai@yahoo.com,
⁴widantiafrima@gmail.com, ⁵ilsya.hayadi@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh enjoyment, flow experience, dan trust terhadap intention to play online games PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG) mobile di Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner online. Penelitian ini melibatkan pemain game PUBG mobile di Bengkulu. Total sampel dalam penelitian ini adalah 140 pemain game PUBG mobile di Bengkulu dan menggunakan metode convenience sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan Uji-t. Hasil dalam penelitian ini adalah; 1). Enjoyment memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to play; 2). Flow experience memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to play; 3). Trust memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to play pada pemain game PUBG mobile di Bengkulu.

Kata kunci: enjoyment, flow experience, game online, intention to play, trust

Abstract

The purpose of this study were to determine the effect of enjoyment, flow experience, and trust toward the level of intention to play in online game player unknown's battlegrounds (PUBG) mobile in Bengkulu. This study uses a quantitative approach using primary data obtained through online questionnaires. This study involved users of the game PUBG mobile in Bengkulu. The total sample in this study was 140 users of the game PUBG mobile in Bengkulu using the convenience sampling method. The data analysis method used is linear regression analysis using the t-test. The result revealed that; 1). Enjoyment has a positive and has a significant influence toward the level of intention to play; 2). Flow experience has a positive and has a significant influence toward the level of intention to play; 3). Trust has a positive and has a significant influence toward the level of intention to play felt by users of the PUBG mobile game in the Bengkulu.

Keywords: enjoyment, flow experience, intention to play, online game, trust.

PENDAHULUAN

Salah satu aktivitas online paling populer adalah permainan, di mana seseorang dapat bermain dengan orang lain yang terhubung melalui internet atau yang biasa disebut dengan game online (Gorriz & Medina, 2000). Game online dimainkan melalui internet, berbeda dengan game PC atau konsol game tradisional yang dimainkan sendiri pada tempat dan

waktu yang sama tanpa perantara dan harus bertatap muka secara langsung, game online memungkinkan banyak pemain di seluruh dunia untuk bermain bersama pada server game melalui internet (Hilton, 2006). Selain itu, internet memungkinkan pengguna game online untuk mengasumsikan berbagai peran fantasi, berinteraksi satu sama lain, dan bahkan menciptakan dunia virtual mereka sendiri (Hsu & Lu, 2004).

Pesatnya pertumbuhan *internet* juga membuat industri *game online* mendapat keuntungan yang tinggi dalam beberapa tahun terakhir (Ha, Yoon, & Choi, 2007). Dalam beberapa tahun terakhir bisnis *game online* telah berkembang sangat pesat karena kemajuan dalam penetrasi yang luar biasa dari internet berkecepatan tinggi, para pemasar semakin yakin untuk memahami *behavior intention to playing* agar keberhasilan perusahaan *game online* untuk memperoleh keuntungan (Wu & Liu, 2007). Menurut survei pada bulan Juni 2017 (Saputra, 2018) ada sebanyak 43,7 juta pemain *game* dengan pendapatan Rp11,9 triliun per tahun, dan menjadikan Indonesia sebagai peringkat 16 di dunia dalam hal pendapatan *game*, dan diperkirakan akan meningkat di setiap tahunnya.

Intention merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli merek yang paling disukainya (Kotler & Armstrong, 2007). Penelitian Bhakar, Shilpa, dan Abhay (2015) mengatakan faktor yang mempengaruhi niat konsumen dalam menggunakan suatu produk ialah perasaan, pikiran, dan kepercayaan. *Intention to play* pada *game online* dirancang semenarik mungkin karena pencipta, sponsor, dan operator *game online* bisa mendapatkan keuntungan besar dari peningkatan pemahaman faktor pendorong dari *intention to playing online game in the future*, memahami faktor *intention to playing* juga merupakan langkah awal bagi pesaing perusahaan untuk memotivasi pemain mengunjungi situs-situs *game online* lebih sering dan juga mengembangkan loyalitas pelanggan.

Enjoyment didefinisikan sebagaimana perasaan senang dan rasa sukacita dalam diri sendiri (Davis, Bargozzi & Warshaw, 1989; Venkatesh, 2000). Penelitian sebelumnya telah difokuskan secara sempit pada rasa kesenangan yang menjadi alasan mengapa orang bermain *game online* (Hsu & Lu, 2004). Hasil penelitian (Pratiwi, 2014) menunjukkan bahwa *intention to playing*

online game berpengaruh terhadap *online gaming enjoyment*.

Game online memberikan pengalaman dan sensasi yang berbeda pada setiap pemain, sehingga sikap yang diterapkan pemain sesuai dengan *flow experience*, jika pemain sudah berada dalam posisi ini, mereka menjadi seperti diserap dalam kegiatan mereka dan tidak mampu mengenali perubahan di lingkungan mereka (Csikszentmihalyi, 1989). Konsep seperti itu telah banyak diterapkan dalam studi tentang berbagai konteks olahraga, belanja, panjat tebing, menari, *game* dan lainnya, karena hal-hal seperti itu memberikan pengalaman yang membuat pelakunya akan fokus terhadap kegiatan yang dilakukan dan hanya memperhatikan apa yang sedang dikerjakan (Lu, Zhou, & Wang, 2009). Hasil penelitian oleh Lu *et.al*, (2009) menunjukkan hasil bahwa *flow experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pesan *online instan (instan message)*.

Menurut Wu dan Liu (2007), *trust* merupakan faktor penting dalam konteks *game online* karena pemain harus memberikan informasi pribadi ketika mereka mendaftarkan diri untuk memiliki sebuah akun pada *game online*, pemain mungkin memiliki kekhawatiran tentang penyalahgunaan informasi pribadi mereka. Oleh karena itu pemain harus mempunyai kepercayaan terhadap *website game online* bahwa vendor tidak mungkin untuk terlibat kegiatan oportunistik (Gefen, Karahanna, & Straub, 2003). Pada penelitian dalam konteks *online* oleh Pratiwi (2016) mengatakan hasil penelitiannya tentang adanya pengaruh *trust in app instagram* terhadap *intention to use instagram*. *Player Unknown's Battlegrounds* adalah sebuah permainan *online* dengan genre *battle royale*, yang para pemainnya bisa bermain dengan 100 orang sekaligus secara daring. Di dalam permainan ini pemain bisa bermain *solo*, tim 2 orang, dan tim 4 orang, serta bisa mengundang teman untuk bergabung ke dalam permainan

sebagai tim. *Player Unknown's Battlegrounds* diterbitkan pada bulan Maret 2017 (Anonim, 2018). Walaupun belum genap satu tahun, tapi permainan ini telah membuat rekor baru, ada sekitar 877.844 pemain yang daring secara bersamaan pada tanggal 26 Agustus 2017 di *platform steam*. Angka ini mengalahkan rekor jumlah pemain *Dota 2* dalam waktu bersamaan yang hanya mencapai 842.919. *Game PUBG mobile* di Bengkulu diminati dan dimainkan oleh semua kalangan dan elemen masyarakat.

KERANGKA TEORI

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), *intention* didefinisikan sebagai sebuah rencana atau bagaimana seseorang akan berperilaku dari situasi tertentu dengan cara-cara tertentu, baik seseorang itu akan melakukannya atau tidak. Sciffman dan Kanuk (2008) mengemukakan bahwa niat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap perilaku.

Menurut Wu dan Liu (2007) mengatakan faktor yang mempengaruhi *intention to playing online game* ialah: 1). *Trust in online game websites* merupakan suatu sikap yang ditunjukkan oleh seseorang saat ia merasa cukup tahu percaya atas *game online*; 2). *Subjektive norms* yang merupakan persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku bermain *game*; 3). *Online gaming enjoyment* ialah kenikmatan yang dirasakan pemain *game online*.

Enjoyment didefinisikan sebagaimana perasaan senang dan rasa sukacita dalam diri sendiri (Davis, Bargozi, & Warshaw 1989; Venkatesh 2000). Pada penelitian Prichard dan Howard (1999) kenikmatan mempengaruhi niat perilaku pelanggan *online*. Li, Chau, dan Lau, (2005) menemukan bahwa pengguna yang menganggap penggunaan *instan messaging* sebagai sesuatu yang menyenangkan lebih berniat untuk terus menggunakannya. Kenikmatan dalam

konteks *game online* dapat dilihat sebagai sejauh mana aktivitas bermain *game online* dianggap sebagai menyenangkan dalam dirinya sendiri.

H1: *Enjoyment* berpengaruh terhadap *intention to play*.

Flow experience di definisikan sebagai sensai holistik yang orang rasakan ketika mereka bertindak dengan keterlibatan total (Csikszentmihalyi, 1977).

Konsep seperti itu telah banyak diterapkan dalam studi tentang berbagai konteks, seperti olahraga, belanja, panjat tebing, menari, *game* dan lain-lain (Lu *et al.*, 2009). *Flow experience* telah direkomendasikan oleh peneliti sebagai suatu yang berguna dalam memahami niat perilaku konsumen *online*.

Hasil penelitian Lee (2009) menunjukkan bahwa *flow experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention* dalam memahami niat perilaku untuk bermain *game online*.

H2: *Flow experience* berpengaruh terhadap *intention to play*

Kim, Xu, dan Koh (2004) men-definisikan kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya.

Pada penelitian Wu dan Liu (2007) menunjukkan hasil adanya hubungan *trust* terhadap *intention to playing online game* karna para pemain *game online* memerlukan faktor kepercayaan terhadap *game* untuk memberikan data pribadi pada *game* yang memerlukan data untuk bermain secara *online*.

Penelitian sebelumnya dalam *e-commerce* menunjukkan hasil bahwa kepercayaan yang tinggi di *website* toko *online* menghasilkan niat beli yang tinggi, dan sebaliknya (Pavlou, 2003).

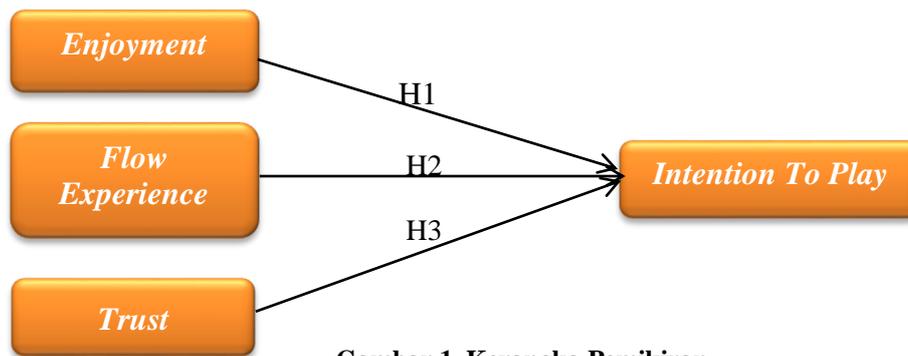
H3: Trust berpengaruh terhadap intention to play

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya dan memodifikasi model dari penelitian (Wu dan Liu. 2007), (Lee. 2009), (Lu *et al.*, 2009), dan (Pratiwi.

2014) maka kerangka pemikiran penelitian ini diuraikan berikut ini.

Enjoyment, flow experience dan *trust* dapat dianggap sebagai variabel yang akan memengaruhi *intention to play*. Lalu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun secara lebih komprehensif.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, di mana terdapat pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis harus dapat menjelaskan sifat dari hubungan tertentu, memahami perbedaan antar kelompok atau independensi dua variabel atau lebih (Sekaran, 2006). Pada penelitian ini, peneliti berinteraksi dengan responden hanya sekali pada saat kuesioner disebarkan dengan situasi yang tidak

diatur. Data yang dikumpulkan dari hasil tanggapan responden dijadikan sumber informasi untuk penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*.

Definisi Operasional

Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1. berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skal	Sumber
<i>Intention To Play</i>	Niat seseorang untuk memainkan <i>game PUBG mobile</i> .	1. Saya berniat untuk bermain <i>game online</i> 2. Saya akan bermain <i>game online</i> di masa yang akan datang. 3. Saya akan bermain <i>game online</i> untuk waktu yang lama.	<i>Liket</i>	Wu dan Liu (2007)
<i>Trust</i>	Kepercayaan terhadap <i>website game PUBG mobile</i> .	1. Situs <i>game online</i> dapat dipercaya 2. Saya percaya bahwa <i>website</i> menyediakan informasi <i>game online</i> . 3. Situs <i>game online</i> melakukan apa yang tertulis.	<i>Liker</i>	Wu dan Liu (2007)

<i>Flow Experience</i>	Pengalaman yang membuat pemain terbawa arus saat bermain <i>game PUBG mobile</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketika bermain <i>game online</i>, saya tidak menyadari waktu yang telah berlalu. 2. Ketika bermain <i>game online</i>, saya tidak menyadari hal yang terjadi di sekitar saya. 3. Ketika bermain <i>game online</i>, saya sering lupa pekerjaan yang saya harus lakukan. 4. Bermain <i>game online</i> gembira rasa ingin tahu saya. 5. Imajinasi saya meningkat saat bermain <i>game PUBG mobile</i>. 	Liker Lee (2009)
<i>Enjoyment</i>	Kesenangan yang dirasakan saat bermain <i>game PUBG mobile</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bermain game online itu menarik. 2. Saya suka bermain game online. 3. Bermain game online memberikan saya kesenangan. 	Liker Lu et al., (2009)

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar sebanyak 140 kuesioner secara online melalui media sosial yang digunakan yaitu *Instagram*, *Whatsapp*, dan *Line*. Penyebaran kuisisioner melalui *Instagram* dilakukan dengan cara memposting *link* kuisisioner pada fitur *instastory* yang langsung tertuju kepada kuisisioner *online*. Selanjutnya peneliti juga memanfaatkan *Whatsapp group* dan *Line group* untuk menyebarkan kuisisioner *online*. Populasi dalam penelitian ini adalah individu pengguna *internet* aktif dan memainkan *game online PUBG mobile* di Bengkulu.

Sebelum melakukan analisis data dengan kuantitatif korelasi menggunakan teknik analisis uji regresi linear berganda, maka harus dilakukan beberapa uji prasyarat yakni uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir soal tes. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan dengan tepat mengukur apa

yang hendak diukur. Uji validitas ini dilakukan pada perusahaan yang memiliki produk yang sama (Ghozali, 2013). Pengukuran validitas angket dilakukan dengan menggunakan *corelation person* yaitu mengkorelasikan skor item masing-masing nomor dengan total skor item, Peneliti hanya menggunakan soal-soal yang terbukti valid dari hasil analisis instrumen.

Hasil analisis perhitungan validitas butir soal (sig) dikonsultasikan dengan α (0.05), dengan taraf signifikan 5 %. Bila nilai $\text{sig} < \alpha$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Sebaliknya bila nilai $\text{sig} > \alpha$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid (Ghozali, 2013). Perhitungan validitas item angket dilakukan dengan penafsiran koefisien korelasi, yakni hitung dibandingkan dengan tabel. Adapun nilai tabel untuk validitas item angket adalah 0,5. Artinya, apabila sig lebih besar atau sama dengan 0,5), maka item angket tersebut dapat dikatakan valid (Ghozali, 2013). Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	Pernyataan	Korelasi Pearson	Signifikansi	Keterangan
1	Intention To Play (Y)	Pernyataan 1	0,903	0,000	Valid
		Pernyataan 2	0,921	0,000	Valid
		Pernyataan 3	0,902	0,000	Valid
2	Enjoyment (X1)	Pernyataan 1	0,944	0,000	Valid
		Pernyataan 2	0,953	0,000	Valid

3	Flow Experience (X2)	Pernyataan 3	0,916	0,000	Valid
		Pernyataan 1	0,772	0,000	Valid
		Pernyataan 2	0,803	0,000	Valid
		Pernyataan 3	0,786	0,000	Valid
		Pernyataan 4	0,610	0,000	Valid
4	Trust (X3)	Pernyataan 5	0,691	0,000	Valid
		Pernyataan 1	0,895	0,000	Valid
		Pernyataan 2	0,884	0,000	Valid
		Pernyataan 3	0,908	0,000	Valid

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabilitas angket, digunakan perhitungan dengan teknik Alpha Cronbach. Perhitungan

angket dilakukan dengan cara mengkonsultasikan koefisien reliabilitas hitung nilai kritik atau standar reliabilitas. Adapun nilai kritik untuk reliabilitas angket adalah 0,5. Artinya, apabila nilai kritik untuk reliabilitas lebih besar atau sama dengan $0,5 \geq 0,5$, maka angket tersebut dikatakan reliabi (Ghozali, 2013). Hasil pengujian reabilitas dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Hasil Pengujian Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Item
Enjoyment (X1)	0,931	3
Flow Experience (X2)	0,788	5
Trust (X3)	0,876	3
Intention To Play (Y)	0,892	3

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier.

Penelitian ini menggunakan program SPSS versi 21.0 sebagai untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan jenis pekerjaan, alasan bermain *PUBG*, sudah berapa lama bermain *PUBG*, puku berapa bermain *PUBG* dan dengan siapa bermain *PUBG*. Hasil distribusi responden dapat dilihat pada Tabel 4. berikut ini:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase	
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	89	63,3%
		Perempuan	51	36,4%
2	Usia	17-19 Tahun	27	19,3%
		20-22 Tahun	82	58,6%
		23-24 Tahun	31	22,1%
3	Jenis Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	106	75,7%
		Pegawai Swasta	22	15,7%
		PNS	4	2,9%
		Tidak Bekerja	8	5,7%

4	Alasan	Menghabiskan Waktu Kosong	46	32,9%
	Bermain	Mengasah dan Melatih Strategi Untuk Bermain	8	5,7%
	PUBG Mobile	Bisa Berinteraksi Langsung Dengan Lawan Main	5	3,6%
		Mencari Teman Baru	7	5%
		Melepaskan Stres	50	35,7%
		Sebagai Pelarian/Pengalihan	24	17,1%
5	Berapa Lama	< 1 Tahun	101	72,7%
	Bermain	> 1 Tahun	38	27,3%
6	Pukul Berapa	06.00-12.00 WIB	6	4,3%
		12.00-18.00 WIB	21	15%
		18.00-00.00 WIB	103	73,6%
		00.00-06.00 WIB	10	7,1%
7	Dengan Siapa	Teman	116	49,2%
	Bermain	Pacar	9	3,8%
		Keluarga	2	0,8%
	PUBG Mobile	Teman Baru	13	5,5%

Berdasarkan jawaban dari 140 responden yang memainkan *game PUBG mobile* di Bengkulu, responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 89 orang atau 63,3% dari populasi responden, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang atau 36,4% dari jumlah populasi yang ada. Hasil sebaran ini menunjukkan game ini lebih dominan dimainkan oleh kaum laki-laki, hal ini disebabkan karena *PUBG* merupakan *game bergenre battle royal* dan tergolong *game yang extrem*.

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner, sebaran responden berdasarkan usia terbanyak terdapat pada rentang usia 20-22 tahun. Pada rentang usia tersebut rata-rata merupakan dari kalangan pelajar/mahasiswa, hal ini karena pada usia tersebut responden dianggap berada pada usia produktif untuk saling berinteraksi dengan sesama pemain dengan alasan untuk menghabiskan waktu kosong. Pemain

pada usia produktif dan alasan tersebut sangat tepat untuk dijadikan sampel karena mereka akan mudah untuk menilai perasaan mereka saat memainkan *game PUBG mobile*.

Karakteristik responden berdasarkan sebaran kuesioner yang dilakukan, dari 140 responden, sebanyak 101 orang baru bermain dalam kurun waktu kurang dari setahun, hal ini dikarenakan *game PUBG* merupakan *game yang tergolong baru*, dan Tencent sebagai developer *game* ini mempromosikan secara besar-besaran pada akhir tahun 2018. Sebanyak 103 dari 140 responden, memilih pukul 18.00-00.00 WIB untuk bermain *PUBG mobile*. Dan sebanyak 116 responden lebih memilih bermain *PUBG mobile* bersama teman dibandingkan dengan yang lainnya.

Hasil Hipotesis

Data setelah diuji validasi dan reabilitasi maka hasil hipotesis dapat dilihat dari Tabel 5. sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t					
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-1.121	.806		-1.392	.166
	Enjoyment (X1)	.600	.084	.561	7.153	.000
	Flow Experience (X2)	.113	.042	.162	2.695	.008
	Trust (X3)	.193	.091	.169	2.129	.035

a. Dependent Variable: Intention To Play (Y)

Hipotesis 1: Pengaruh enjoyment terhadap intention to play

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat ada pengaruh secara signifikan enjoyment (X1) terhadap tingkat intention to play bagi pemain game *PUBG mobile* di Bengkulu. Dengan demikian, maka H₁ diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat enjoyment, maka semakin dapat meningkatkan intention to play bagi pemain game *PUBG mobile* di Kota Bengkulu.

Variabel enjoyment mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to play bagi pemain game *PUBG mobile* di Kota Bengkulu, yang berarti semakin tinggi tingkat enjoyment pada pemain game *PUBG mobile* maka akan semakin besar tingkat intention to play pada pemain game *PUBG mobile*.

Hal ini mendukung penelitian oleh Lu *et al.*, (2005) yang menemukan bahwa pengguna yang menganggap penggunaan *instant messaging* sebagai sesuatu yang menyenangkan lebih cenderung berniat untuk terus menggunakannya. Ketertarikan dan perasaan senang seorang untuk bermain game online yang mendorong faktor enjoyment meningkat, akan membuat pemain lebih cenderung untuk berniat bermain game online. Sikap terhadap bermain game online, kenikmatan game online berdampak pada niat untuk bermain game online. Online gaming enjoyment merupakan prediktor terkuat dari niat untuk bermain Wu dan Liu (2007).

Enjoyment merupakan sesuatu yang diharapkan dan tujuan paling utama yang ingin diperoleh pelajar/mahasiswa dalam bermain game *PUBG mobile* di Bengkulu, hal ini lah yang harus perlu diketahui oleh

produsen game supaya dapat mempertahankan dan meningkatkan faktor enjoyment pada game *PUBG mobile*. Di saat pelajar/mahasiswa merasa bosan, stress, atau saat berada di waktu kosong, mereka lebih cenderung untuk melakukan kegiatan yang menarik dan menyenangkan.

Hipotesis 2: Pengaruh Flow Experience Terhadap Intention To Play

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka hasil penelitian ini mendukung hipotesis H₂. Jadi dapat disimpulkan bahwa flow experience memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat intention to play bagi pemain game *PUBG mobile* di Bengkulu.

Variabel flow experience mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap intention to play bagi pemain game *PUBG mobile* di Kota Bengkulu, yang berarti sering pemain berada pada kondisi flow experience pada game *PUBG mobile* maka menyebabkan semakin besar tingkat intention to play pada pemain game *PUBG mobile*.

Hal ini mendukung penelitian oleh Lee (2009), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa flow experience memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intention dalam memahami niat perilaku untuk bermain game online. Pemain game pada umumnya menjadikan kondisi flow experience tujuan utama untuk bermain game, karena adanya keadaan stres yang membuat perasaan diri tidak nyaman, pemain game berusaha untuk menghilangkan rasa yang tidak diinginkan berada dalam pikirannya.

Bermain game pada umumnya memang menyenangkan, bahkan bisa membuat pemain terbawa arus dan masuk pada kondisi flow experience. Harusnya produsen game men-

ciptakan *game* yang disenangi pemain sehingga pemain bisa terbawa arus saat bermain.

Hipotesis 3: Pengaruh *Trust* Terhadap *Intention To Play*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka hasil penelitian ini mendukung hipotesis H₃. Jadi dapat disimpulkan bahwa *trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat *intention to play* bagi pemain *game PUBG mobile* di Kota Bengkulu. Variabel *trust* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *intention to play* bagi pemain *game PUBG mobile* di Kota Bengkulu, yang berarti semakin percaya pemain pada website *game*, maka semakin dapat meningkatkan *intention to play* pada *game PUBG mobile*.

Hal ini mendukung penelitian oleh Wu dan Liu (2007) menunjukkan hasil adanya hubungan *trust* terhadap *intention to playing online game* karna para pemain *game online* memerlukan faktor kepercayaan terhadap *game* untuk memberikan data pribadi pada *game* yang memerlukan data untuk bisa *login* dan bergabung untuk bermain secara *online*. Informasi dari website dan penyedia *game* tentunya sangat membantu pemain untuk menimbulkan ketertarikan terhadap *game* yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan pemain, maka niat untuk bermain *game online* dipengaruhi oleh kepercayaan Pratiwi (2014).

Dengan perkembangan teknologi dan informasi pada era modern saat ini, *gamer* khususnya sangat mudah mendapatkan informasi tentang *game* apa yang menarik dan tentunya lebih menyenangkan untuk dimainkan. Tidak sedikit iklan-iklan dengan strategi pemasaran yang berkembang saat ini membuat informasi tidak sesuai dengan produk yang dipasarkan. Hal ini menjadi sesuatu yang harus di pertimbangkan produsen *game* untuk meningkatkan *trust* pemain *game* dengan meningkatkan iklan atau penyedia informasi *game* yang akan dimainkan, sehingga tingkat *trust* terhadap

website penyedia informasi *game* yang dimainkan akan tinggi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *enjoyment* berpengaruh positif terhadap *intention to play* pada pemain *game PUBG mobile* di Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *enjoyment* pada pemain *game PUBG mobile* maka akan semakin besar tingkat *intention to play* pada pemain *game PUBG mobile* di Bengkulu.

Flow experience berpengaruh positif terhadap *intention to play* pada pemain *game PUBG mobile* di Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin pemain *PUBG mobile* berada dalam keadaan *flow experience*, maka akan semakin besar tingkat *intention to play* pada pemain *game PUBG mobile* di Bengkulu.

Trust berpengaruh positif terhadap *intention to play* pada pemain *game PUBG mobile* di Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin percaya pemain *game online* pada website penyedia *game*, maka akan semakin besar tingkat *intention to play* pada pemain *game PUBG mobile* di Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, (2018). Penjelasan singkat tentang *PUBG mobile*. <https://pubgmobile.gcube.id/apa-itu-pubg-mobile/> (Diakses pada tanggal 20 April 2019).
- Bhakar, S., Shilpa, B & Abhay, D. (2015). Analysis of the factors affecting customers purchase intention: The mediating role of customer knowledge and perceived value. *Advances In Social Sciences Research Journal*, 2(1), 87-101.
- Csikszentmihalyi, M. (1977). *Beyond boredom and anxiety*. Jossey-Bass, San Francisco, CA.

- Csikszentmihalyi, M. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815-22.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P & Warshaw. P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Fishbein, M. & Ajzen., I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. MA, Addison-Wesley.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub., D.W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi analisis multivariat dengan program SPSS*. Undip, Semarang.
- Gorritz, M.C. & Medina, C. (2000). Engaging girls with computers through software games, *Communications of the ACM*, 43(1), 42-49.
- Ha, I., Yoon, Y., & Choi, M. (2007). Determinants of adoption of mobile games under mobile broadband wireless access environment. *Information & Management*, 44(3), 276-286.
- Hilton, R. (2006). Gaming as an education tool. *Young Consumers*, 7(2), 14-19.
- Hsu, C.L. & Lu, H.P. (2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management*, 41(7), 853-868.
- Hsu, C.L. & Lu, H.P. (2007). Consumer behavior in online game communicaties: A motivasional factor perspective. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1642-1659.
- Kim, H.W., Xu, Y., & Koh, J. (2004). A comparison of trust building factors between potential customers and repeat customers. *Journal of the Association for Information Systems*, 5(10), 392-420.
- Kotler, P. & Amstrong., G. (2007). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Lee, M. (2009). Understanding the behavioural intention to play online games an extension of the theory. *Online Information Review*. 33(5), 849-872.
- Li, D., Chau, P.Y.K & H. Lou., H (2005). Understanding individual adoption of instant messaging: An empirical investigation. *Journal of the Association for Information Systems*, 6(4), 102-129.
- Lu, Y., Zhou, T. and Wang, B. (2009). Exploring Chinese users' acceptance of instant messaging using the theory of planned behavior, the technology acceptance model, and the flow theory. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 29 -39.
- Pavlou, P.A (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 59(4), 69-103.
- Pratiwi, E.D. (2014). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi niat bermain *Game Online*. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, X(2), 185-196.
- Pritchard, M.P. and D.R. Howard. (1999). Analyzing the commitment-loyalty link in service contexts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(3), 333-348.
- Saputra, R. (2018). Fakta dan data game online. <https://www.viva.co.id/indepth/sorot/1024018-fakta-dan-data-game->

- online* (Diakses pada tanggal 26 Maret 2019).
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis 1* (4th ed). Jakarta: Salemba Empat.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems Research*, 11(4), 342-365.
- Wu & Liu (2007). The Effects of trust and enjoyment on intention to play online games. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(2), 128-140.