

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi secara tidak langsung telah memberikan dampak yang signifikan terhadap segala aspek dan dimensi kehidupan manusia. Teknologi sebagai kebutuhan dasar manusia ditunjang dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan. Teknologi telah berkembang pesat dan terus berkembang hingga saat ini, dan semakin mengglobal. Hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya inovasi dan penemuan mulai dari yang sederhana hingga yang sangat kompleks.

Di era teknologi yang maju saat ini, internet merupakan sebuah hal yang sudah tidak asing lagi dan mudah untuk didapatkan semua orang serta sudah menjadi kebutuhan kebanyakan orang pada saat ini. Internet dipergunakan untuk berbagai keperluan dalam kehidupan seiring dengan perkembangan penggunaannya di masyarakat. Salah satu aktivitas *online* yang digemari banyak orang adalah *game online*, dimana seseorang tidak hanya dapat bermain dengan komputer namun juga dengan pengguna internet lainnya (Wardhana, 2021).

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya (Ramadhan. & Andjarwati, 2017). Harga dianggap sebagai salah satu penentu suatu perusahaan, akan tetapi strategi penetapan harga bukanlah satu-satunya solusi atas berbagai permasalahan perusahaan, namun setiap perusahaan harus mempertimbangkan secara matang setiap keputusan mengenai masalah penetapan harga. Salah satu cara perusahaan mencapai loyalitas pelanggan adalah dengan menawarkan pelanggan harga yang tepat, harga rendah atau tinggi untuk suatu produk yang sifatnya relatif. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang

ditentukan perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi, sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan (Batubara & Hidayat, 2016).

Nilai pengalaman merupakan pendapat dari konsumen mulai dari awal pembelian sampai pada pemakaian, kemudian didapat manfaat dari produk yang dibeli konsumen (Rosanti, 2014). Pengetahuan konsumen dalam penggunaan produk akan memberikan gambaran akan kepuasan.

Kualitas layanan merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Artinya bahwa kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kepuasan merupakan keadaan dimana konsumen merasa terpenuhi apa yang menjadi harapannya ketika menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dengan harapan (Kotler, 2016). Konsumen yang puas memiliki niat yang lebih besar untuk melakukan pembelian dan tidak berpindah ke produk atau jasa yang lain. Dalam ruang lingkup game, kepuasan disini adalah kepuasan terhadap game yang dimainkan. Ketika bermain *game online*, para pemain akan berinteraksi dengan pemain lain didalam game tersebut. Semakin lama waktu bermain maka akan semakin panjang durasi interaksi di dalamnya. Interaksi tersebut akan menimbulkan keinginan untuk menjadi lebih dikenal dan mendapatkan kekuatan lebih dibandingkan pemain yang lain. Keinginan tersebut bisa menjadi dorongan mereka untuk melakukan pembelian items yang mereka rasa perlu dalam game. Kepuasan terhadap game pada pemain *Call of Duty: Mobile* bisa memunculkan niat pembelian untuk membeli *game items* (Budyastomo & Dianti, 2022).

Call of Duty: Mobile adalah permainan video tembak-menembak orang pertama gratis yang dikembangkan oleh *Tencent Games* dan diterbitkan oleh *Activision* untuk serambi *Android* dan *iOS*. Permainan ini dirilis sebagai beta di negara-negara tertentu pada bulan Juli 2019, dan secara resmi dirilis pada tanggal 1 Oktober 2019 (Fauzi & Sulistyowati, 2022).

Menurut hipotesa yang telah diuji menggunakan kuisioner terhadap 253 pemain *game online*, mengindikasikan bahwa latar cerita, grafik visual, dan proses pengontrolan karakter berpengaruh besar pada kesenangan serta kepuasan pemain dan juga mempengaruhi intensi pembelian *virtual item* dalam *game online* oleh pemain (Bastian, 2015). Kepuasan pelanggan merupakan hal yang mempengaruhi intensi pembelian, semakin puas seorang pelanggan akan semakin meningkat intensi pembelannya, dan sebaliknya, dengan kepuasan yang dirasakan, pemain tentu akan merasakan adanya kecanduan terhadap *game online* tersebut, totalitas juga akan dilakukan untuk menambah kepuasannya terhadap *game online*, salah satu caranya dengan membeli *virtual item* (Hendrata et al., 2021).

Berdasarkan latar belakang di atas, judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Harga Item, Nilai Pengalaman dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna *game online* CODM”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Harga Item terhadap Kepuasan Pengguna *game online* CODM ?
2. Bagaimana pengaruh Nilai Pengalaman terhadap Kepuasan Pengguna *game online* CODM ?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna *game online* CODM ?
4. Bagaimana Pengaruh Nilai Harga Item, Nilai Pengalaman, dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna *game online* CODM

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga Item terhadap Kepuasan Pengguna *game online* CODM
2. Untuk mengetahui pengaruh Nilai Pengalaman terhadap Kepuasan

Pengguna *game online* CODM

3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna *game online* CODM
4. Untuk mengetahui Pengaruh Nilai Harga Item, Nilai Pengalaman, dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna *game online* CODM

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini perlu membatasi masalah, penelitian hanya terfokus pada faktor – faktor yang berkaitan dengan Harga Item, Nilai Pengalaman dan Kualitas Layanan dalam permainan *game online* CODM.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini menerangkan tentang sistematika penulisan yang didalamnya terdapat 5 (lima) bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang informasi mengenai latar belakang penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang dasar-dasar teori yang dipakai serta definisi dari variabel Harga Item, Nilai Pengalaman, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pengguna. Sehingga terbentuknya kerangka teoritis yang akan menjadi hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang Metode penelitian, tipe penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, unit penelitian, model dan jalur penelitian, operasional variabel dan teknik analisis data yang pengumpulan uji ilmiahnya akan dipilih dalam mengelola data-data yang akan dihimpun menjadi sebuah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan deskripsi sampel penelitian, statistik deskriptif, analisis data, dan interpretasi hasil penelitian mengenai pengaruh Harga Item, Nilai Pengalaman, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran penelitian ini.