

BAB III

Metodelogi Penelitian

3.1 Umum Objek Penelitian

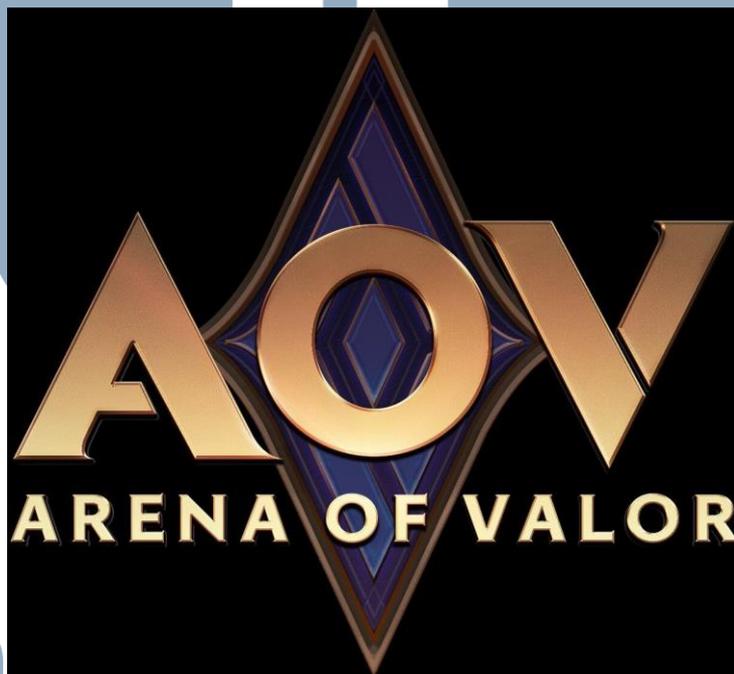
Menurut situs web resmi Arena of Valor (<https://aovgame.com/>), Arena of Valor (AOV) adalah sebuah permainan MOBA yang menawarkan pengalaman pertempuran intens di perangkat mobile. Dalam permainan ini, pemain dapat memilih dari berbagai hero dengan kemampuan unik dan berperang dalam tim untuk mengalahkan musuh-musuh mereka. Penerbit Arena of Valor (AOV) adalah Tencent Games. Tencent Games adalah salah satu perusahaan game terbesar di dunia dan memiliki sejarah yang kaya dalam mengembangkan dan menerbitkan permainan video populer. Mereka telah meluncurkan AOV di berbagai wilayah di seluruh dunia, termasuk Asia, Amerika Utara, dan Eropa. Sebagai penerbit, Tencent Games bertanggung jawab untuk memastikan permainan tetap diperbarui dan memenuhi harapan pemain.

Berikut adalah beberapa fitur utama yang dijelaskan di situs web resmi Arena of Valor:

1. 5v5 Battles: Pemain dapat bergabung dalam pertempuran 5v5 yang intens dan strategis, di mana tim harus bekerja sama untuk menghancurkan markas musuh.
2. Diverse Heroes: Terdapat lebih dari 100 hero yang dapat dipilih, masing-masing dengan kemampuan unik, gaya bermain, dan peran yang berbeda. Pemain dapat memilih hero sesuai dengan preferensi dan strategi tim mereka.
3. Fair Competition: Arena of Valor menekankan pada kompetisi yang adil dengan memastikan sistem matchmaking yang seimbang dan sistem peringkat yang adil untuk menjaga keseimbangan pertandingan.

4. Esports Scene: AOV telah menjadi salah satu permainan yang populer di dunia esports. Pemain dapat mengikuti turnamen dan kompetisi tingkat profesional untuk bersaing dengan pemain terbaik di dunia.

5. Teamwork and Strategy: Permainan ini menekankan pentingnya kerja sama tim dan strategi dalam mencapai kemenangan. Pemain harus berkomunikasi dan berkoordinasi dengan baik dengan tim mereka untuk meraih keunggulan. (Valor, 2015)



Gambar 3. 1 Logo AOV (Arena Of Valor)

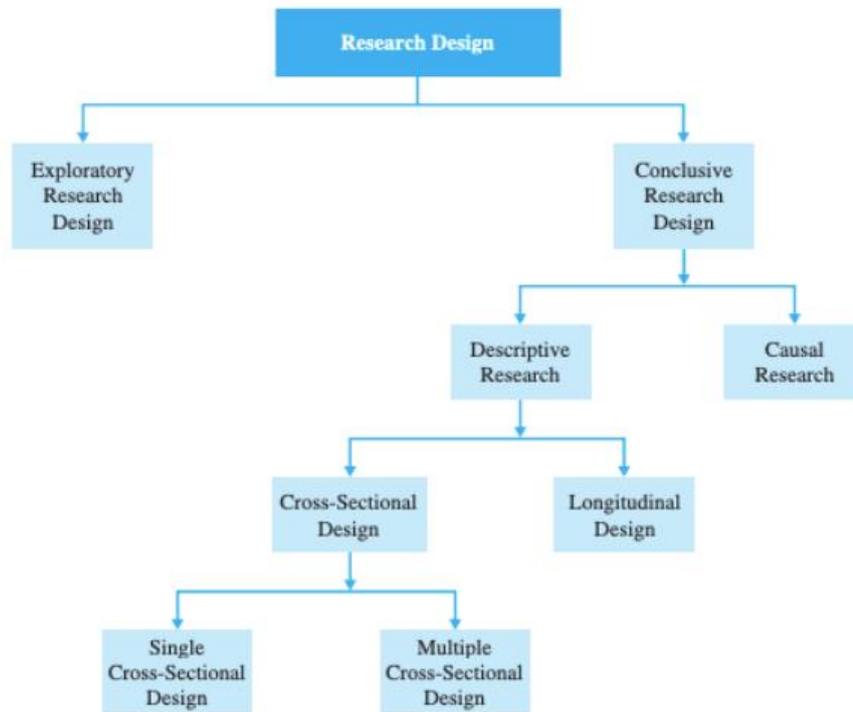
Sumber: Garena AOV

Permainan mobile AOV ini dirancang untuk dimainkan di perangkat mobile, seperti ponsel pintar dan tablet. AOV menawarkan pengalaman pertempuran 5v5 yang intens, di mana dua tim beranggotakan lima pemain masing-masing bertarung untuk menghancurkan struktur musuh dan mencapai tujuan akhir permainan. AOV ini juga tidak bisa dimainkan sendirian karena berbasis 5v5 dimana pemain harus berkerjasama untuk menghancurkan base lawan cara kerja game ini menyebabkan munculnya kompetisi kompetisi antara pemain untuk menjadi yang terbaik dalam game AOV.

Karena merupakan salah satu game moba terbesar pada mobile AOV ini memiliki banyak sekali skin yang bisa di koleksi untuk memperunik karakter atau hero yang sering dipakai sumber pendapatan utama AOV terdapat pada skin AOV. Keuntungan memiliki skin (kulit) dalam Arena of Valor (AOV) adalah sebagai berikut :

1. Tampilan yang Menarik: Skin AOV memberikan tampilan yang lebih menarik dan keren pada hero Anda. Dengan memiliki skin, Anda dapat memperindah penampilan hero Anda dengan desain yang unik dan khusus. Skin yang menarik bisa membuat hero Anda terlihat lebih menonjol dan memikat.
2. Prestise dan Eksklusivitas: Beberapa skin dalam AOV memiliki tingkat keunikannya sendiri. Skin eksklusif atau langka dapat memberikan rasa prestise dan kebanggaan kepada pemain yang menggunakannya. Anda dapat membedakan diri Anda dari pemain lain dengan skin yang jarang ditemui atau hanya tersedia dalam periode waktu terbatas.
3. Pengalaman Visual yang Lebih Menyenangkan: Skin AOV sering kali datang dengan efek visual khusus dan animasi yang berbeda. Ini bisa mencakup efek khusus saat menggunakan keterampilan atau serangan, animasi gerakan yang lebih halus, atau perubahan suara. Dengan memiliki skin, Anda dapat merasakan pengalaman visual yang lebih menarik dan menyenangkan saat bermain.
4. Dukungan Pengembang Game: Membeli skin AOV juga dapat menjadi cara untuk mendukung pengembang game. Pembelian skin membantu pengembang untuk terus mengembangkan dan memperbarui permainan, serta menyediakan pembaruan konten dan fitur baru. (Valor, 2015)

3.2 Desain Penelitian



Gambar 3.3 Research Design

Sumber : Malhotra (2020)

Menurut (Malhotra, 2008) desain penelitian (Research Design) terbagi menjadi dua jenis, yaitu :

Menurut Malhotra (2008), terdapat dua jenis desain penelitian, yaitu Exploratory Research Design dan Conclusive Research Design. Exploratory Research Design bertujuan untuk memberikan pemahaman awal tentang permasalahan yang diteliti, sedangkan Conclusive Research Design memiliki tujuan utama untuk menguji hubungan tertentu. (Malhotra NK, Hall J, Shaw M, Oppenheim P, 2008)

Dalam Conclusive Research Design, terdapat dua jenis yang dibagi oleh Nargdunkar (2008), yaitu Descriptive Research dan Causal Research. Descriptive Research digunakan untuk mendeskripsikan objek penelitian melalui pengumpulan data,

sementara Causal Research bertujuan untuk mengidentifikasi dan membuktikan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan Conclusive Research Design dengan metode deskriptif research. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan objek penelitian melalui pengumpulan data. Dalam metode deskriptif research, terdapat dua jenis desain yang dapat digunakan.

Pertama, Cross Sectional Design adalah desain penelitian yang menganalisis suatu konteks tertentu dan mengumpulkan informasi dari sampel populasi tertentu. Terdapat dua jenis Cross Sectional Design, yaitu Single Cross Sectional Design yang menggunakan satu sampel responden dan pengambilan data dilakukan sekali saja, serta Multiple Cross Sectional Design yang menggunakan dua atau lebih sampel dan pengambilan data dilakukan beberapa kali. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode Multiple Cross Sectional Design karena pengambilan data dilakukan dalam 2 tahap, yaitu tahap pre-test dan main-test.

Kedua, Longitudinal Design adalah desain penelitian di mana sampel yang sama dari populasi diukur berulang kali. Namun, dalam teks yang diberikan, tidak terdapat penjelasan lebih lanjut tentang Longitudinal Design. (Malhotra NK, Hall J, Shaw M, Oppenheim P, 2008)

Dalam studi ini, peneliti menggunakan metode deskriptif (kuantitatif) sebagai desain penelitian. Desain ini dipilih karena tujuan peneliti adalah untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi, dan telah merumuskan hipotesis tertentu. Metode yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner yang menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5.

Single cross-sectional design dipilih sebagai desain penelitian. Desain ini dipilih karena data atau informasi yang diperoleh dari satu sampel hanya digunakan sekali dalam penelitian (Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F., 2020) Penelitian ini akan menyelidiki pengaruh faktor-faktor seperti App Enjoyment, Price Value, Word of Mouth, Performance, Usefulness, dan Reliability terhadap variabel App Purchase Intention pada permainan Arena of Valor.

3.3.1. Target Populasi

Ada 5 tahapan dalam desain sampling, yang digunakan dalam penelitian. Berikut adalah penjelasan lebih detail mengenai setiap tahapan tersebut:

1. Populasi Sasaran: Tahap pertama dalam sampling desain adalah menentukan populasi sasaran, yaitu kelompok atau populasi yang akan menjadi fokus penelitian. Populasi sasaran ini harus dipilih dengan jelas dan sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Penentuan Kerangka dalam Mengambil Sampel: Tahap kedua melibatkan penentuan kerangka sampling, yaitu batasan atau kerangka acuan yang digunakan untuk mengambil sampel dari populasi sasaran. Hal ini melibatkan pembuatan daftar yang mencakup semua elemen populasi yang memenuhi kriteria inklusi dalam penelitian.
3. Pemilihan Teknik dalam Mengambil Sampel: Tahap ketiga adalah pemilihan teknik sampling yang akan digunakan. Terdapat berbagai teknik sampling yang dapat dipilih, seperti sampling acak sederhana, sampling berstrata, sampling kluster, atau sampling bertingkat. Pemilihan teknik sampling harus sesuai dengan tujuan penelitian dan karakteristik populasi sasaran.
4. Menentukan Ukuran Sampel: Tahap keempat melibatkan penentuan ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Ukuran sampel ini didasarkan

pada populasi sasaran dan tingkat akurasi yang diinginkan. Dalam penentuan ukuran sampel, penting untuk mempertimbangkan tingkat kepercayaan dan margin of error yang diinginkan.

5. Proses Pengambilan Sampel: Tahap kelima adalah proses pengambilan sampel itu sendiri. Setelah semua tahapan sebelumnya diselesaikan, peneliti mulai menyebarkan dan mengumpulkan kuesioner atau data dari sampel yang telah ditentukan. Proses ini melibatkan interaksi dengan responden dan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk analisis penelitian. (Malhotra NK, Hall J, Shaw M, Oppenheim P, 2008)

3.3.2 Populasi

Merupakan sekumpulan obyek yang mempunyai informasi atau data yang bisa dijadikan sebagai objek penelitian oleh peneliti. Target populasi seharusnya sesuai dengan apa yang ditentukan oleh peneliti, maka dari itu target populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang memiliki aplikasi Tokopedia dan pernah berbelanja melalui Tokopedia. Populasi Dalam target populasi, ada 4 aspek yang akan digunakan, yaitu : element, sampling unit, extent, dan time frame (Malhotra, 2010)

1. Element adalah objek yang mempunyai informasi yang dibutuhkan dan dicari oleh peneliti (Malhotra, 2010). Element yang ada pada penelitian ini merupakan responden yang sudah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

2. Sampling unit merupakan objek penelitian yang mempunyai beberapa ciri-ciri yang menyerupai element dan akan dijadikan menjadi sampel pada penelitian (Malhotra, 2010). Sampling unit yang ada pada penelitian ini adalah

1. Jenis kelamin pemain game laki laki/ perempuan
2. Usia pemain game 17-22/22-27/28-32/32+

3. Mengetahui game AOV
4. Belum pernah top up game AOV

Yang diteliti adalah Intention to Purchase dalam AOV. sehingga responden yang digunakan dalam penelitian mencari orang yang familiar dengan game Moba dan mengetahui AOV namun belum pernah melakukan purchases atau topup dalam game AOV tersebut (Malhotra, 2010)

3. Extent adalah lokasi dan batas lokasi dimana mencari responden yang digunakan untuk penelitian. pada penelitian ini ialah daerah di negara Indonesia sehingga responden bisa didapatkan maupun dari Jakarta, Tangerang, dan daerah lainya yang masuk dalam wilayah negara Indonesia (Malhotra, 2010)

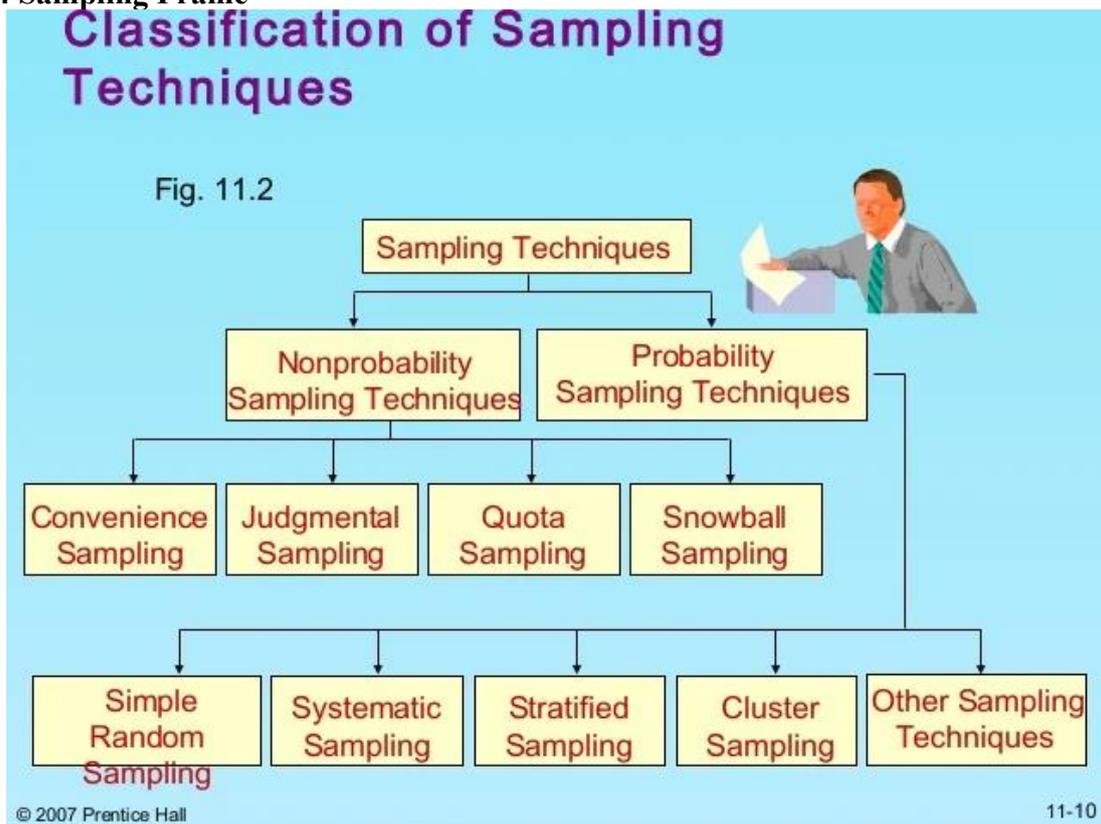
4. Waktu pengambilan data dan pengumpulan data adalah waktu dimana penelitian mengambil data maupun jawaban responden. untuk penelitian ini dilakukan oleh peneliti sejak bulan awal Maret 2023, dan dilakukan sampai dengan akhir pada akhir Mei 2023 (Malhotra, 2010).

3.3.3 Sampling Frame

Sampel merupakan daftar atau sekumpulan petunjuk yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi populasi sasaran dalam suatu objek penelitian (Malhotra et al., 2020) tidak adanya sampling frame pada penelitian ini karena penulis tidak memiliki data populasi yang digunakan untuk responden penelitian

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.3.4 Sampling Frame



Gambar 3. 1 Sampling Technique

Sumber : Malhotra (2010)

Menurut Malhotra (2010), teknik pengambilan sampel terbagi menjadi dua, yaitu non probability sampling techniques dan probability sampling techniques.

Non-probability sampling adalah salah satu teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dimana tidak semua orang mempunyai peluang sebagai sampel dalam penelitian tersebut, melainkan responden dipilih oleh peneliti berdasarkan penilaian pribadi peneliti itu sendiri dan juga kemudahan dari peneliti dalam mengambil sampel (Malhotra, 2010) Probability sampling adalah Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dimana semua orang mempunyai peluang atau kesempatan

yang sama sebagai sampel dalam penelitian tersebut (Malhotra, 2010). Menurut Malhotra (2010), terdapat 4 teknik dalam non-probability sampling, yaitu :

1. Convenience sampling Teknik pengambilan sampel berdasarkan kenyamanan peneliti dalam proses mengambil sampel. Teknik ini membuat peneliti bisa mencari sampel dengan waktu yang cukup cepat dan juga dengan biaya yang cukup terjangkau. Peneliti menggunakan teknik ini dalam penelitiannya.

2. Judgemental sampling Teknik pengambilan sampel dimana dalam pengambilan sampel tersebut berdasarkan pada ciri-ciri yang telah ditentukan oleh peneliti dan element yang telah terpilih tersebut dirasa oleh peneliti dapat mewakili populasi yang ada.

3. Quota sampling Teknik dalam pengambilan sampel yang terdiri dari dua tahapan. Tahap yang pertama adalah menentukan kuota tiap elemen populasi sedangkan tahap yang kedua adalah pengambilan sampel dari kuota yang sudah ditentukan dengan menggunakan teknik convenience sampling ataupun judgemental sampling.

4. Snowball sampling Teknik pengambilan sampel berdasarkan rekomendasi dari orang yang berhasil menjadi responden. Responden tersebut ditunjuk untuk memberikan rekomendasi orang lain yang dirasa dapat mencakup beberapa kriteria untuk menjadi responden. Dari beberapa teknik untuk pengambilan sampel diatas,

peneliti memakai teknik pengambilan sampel non-probability hal itu dikarenakan, dalam proses mengambil sampel, tidak memiliki sampling frame. Sehingga, tidak semua populasi dapat mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai responden. Peneliti juga menggunakan metode judgemental sampling dalam pengambilan sampel, di mana sampel/responden yang dipilih harus memenuhi kriteria yang telah ditentukan

berdasarkan penilaian subjektif dari peneliti. Dalam proses pemilihan responden, peneliti membuat beberapa kriteria screening yang menjadi acuan untuk menentukan sampel responden. Dalam konteks judgemental sampling ini, responden yang dipilih sebagai sampel adalah individu yang memiliki karakteristik sebagai berikut: mereka adalah warga negara Indonesia, berusia 17-33 tahun atau lebih, sudah familiar dengan game AOV dan MOBA lainnya, tetapi belum pernah melakukan pembelian (purchase) pada game AOV.

3.3.5 Sampel Size

Sampling size adalah seberapa banyak elemen penelitian yang akan digunakan dalam menjalankan suatu penelitian (Malhotra et al., 2010). Pada penelitian ini, terdapat 28 indikator pertanyaan yang mewakili 7 variabel. Sampling size dihitung dengan mengasumsikan $n \times 5$, sehingga didapatkan minimum sample size pada penelitian ini yaitu sebanyak 125 responden ($25 \times 5 = 125$). Adapaun total responden yang lolos screening adalah sebesar 248 dan jumlah responden total 282. Angka ini lebih besar dari jumlah sampel minimum yang dibutuhkan. Dengan kata lain, penelitian ini memiliki kecukupan jumlah sampel.

3.4 Prosedur Penelitian

Beberapa tahapan yang dilakukan peneliti dalam menjalankan penelitian ini:

1. Peneliti melakukan pencarian, menganalisa, dan mengumpulkan berbagai data pendukung, seperti artikel, website, berita, dan jurnal yang berhubungan dengan MOBA games dan game Arena of Valor digunakan untuk mendukung penelitian ini.
2. peneliti melakukan pencarian dan menentukan jurnal utama yang akan menjadi sumber referensi untuk mendukung penelitian. Dalam jurnal utama tersebut, terdapat

indikator-indikator pertanyaan yang dikumpulkan oleh penulis, yang akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun pertanyaan dalam kuesioner. Penulis kemudian menerjemahkan indikator pertanyaan tersebut ke dalam Bahasa Indonesia dan menyusun pertanyaan-pertanyaan yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh responden. Tahap selanjutnya, penulis melakukan Pre-Test dengan menyebarkan kuesioner ke 45 orang responden dengan menggunakan platform Google Form. Tahap Pre-Test ini dilakukan sebelum melakukan main test dengan jumlah pengujian sampel responden yang lebih banyak.

3. Setelah data dari responden Pre-Test terkumpul, peneliti kemudian melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengukur sejauh mana indikator yang diuji tersebut valid, sementara uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana indikator atau pengukuran yang digunakan dapat menghasilkan hasil yang konsisten ketika diulang.
4. Pada tahap Main Test, peneliti mendistribusikan kuesioner kepada 282 responden menggunakan platform Google Form. Kuesioner tersebut disebar kepada individu yang memenuhi kriteria screening, seperti anggota komunitas penggemar Game MOBA, teman-teman pemain game MOBA, dan komunitas game lainnya yang serupa dengan Arena of Valor.
5. Terakhir, data yang telah dikumpulkan akan di analisa oleh penulis dengan menggunakan software IBM SPSS versi 27.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Independen

Menurut Malhotra (2020), Variabel Independen dapat didefinisikan sebagai jenis variabel yang ditentukan secara terpisah dari faktor-faktor lain dan memiliki karakteristik yang berbeda dari variabel lainnya, sehingga tidak dapat mewakili keseluruhan variabel tersebut. (Malhotra et al., 2020). Variable independen pada penelitian ini adalah App enjoyment, price value, word of mouth about App, performance, usefulness, reabilities.

3.5.2 Variabel Dependen

Menurut Malhotra (2020), Variabel Dependen didefinisikan sebagai variabel yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen dalam penelitian (ketergantungan terhadap variabel lain). Dalam konteks penelitian ini, Intention to Play merupakan salah satu contoh variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya. (Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F., 2020)

3.5.3 Variabel Teramati

Variabel Teramati merujuk pada jenis variabel yang dapat diukur secara empiris dan digunakan sebagai indikator dalam penelitian (Malhotra et al., 2020). Variabel teramati ini biasanya tercermin dalam proses pengukuran yang dilakukan melalui survei berupa pertanyaan kuesioner. Dalam penelitian ini, terdapat 25 pertanyaan yang digunakan sebagai pengukuran untuk 6 variabel yang tercakup dalam penelitian. Oleh karena itu, terdapat 25 pertanyaan yang digunakan untuk mengukur 6 variabel, yaitu kepuasan penggunaan aplikasi (App enjoyment), nilai harga (price value), testimoni dari mulut ke mulut tentang aplikasi (word of mouth about App), kinerja (performance), kegunaan

(usefulness), dan niat pembelian aplikasi (app purchase intention). (Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F., 2020)

3.6 Operasionalisasi Variabel

Untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, peneliti memerlukan indikator-indikator pertanyaan yang dapat menghasilkan hasil yang akurat. Peneliti menggunakan teori dari jurnal utama dan jurnal pendukung lain yang relevan dengan topik penelitian yang dibahas. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dari 1 hingga 5. Skala 1 menunjukkan jawaban "sangat tidak setuju" dan skala 5 menunjukkan jawaban "sangat setuju". Peneliti memilih skala Likert dari 1 hingga 5 karena objek penelitian yang digunakan menjadi lebih spesifik dan responden memiliki kesempatan untuk memilih jawaban yang sesuai dengan preferensi mereka secara lebih spesifik. Di bawah ini adalah definisi operasionalisasi variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel operasional:



Tabel 3.1 Tabel Operasional

No	Variabel	Definisi Variabel	Pertanyaan dalam Bahasa Inggris	Pertanyaan dalam Bahasa Indonesia	Skala
1	App Enjoyment	Perceived Enjoyment merupakan sejauh mana tanggapan seseorang terhadap teknologi akan menjadi kesenangan dan membahagiakan (Nimer Alrushiedat, Lorne Olfman, Mabel Kung, Jakko van der Pol, 2010)	<p>"I think using the mobile App is entertaining"</p> <p>"I think using the mobile App is fun for me"</p> <p>I have fun interacting with the mobile App</p>	<p>"Saya pikir bermain game Arena of Valor menghibur"</p> <p>"Saya pikir memainkan Arena of Valor menyenangkan bagi saya"</p> <p>"Saya merasa senang dengan Arena of Valor".</p>	Skala likert 1-5

2	Price Value	<p>Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pengguna untuk mendapatkan produk. kata lain seseorang akan membeli barang kita jika pengorbanan yang dikeluarkan (uang dan waktu) sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari prouksi tersebut (Monroe, 1990)</p>	<p>"The App is reasonably priced"</p>	<p>Harga voucher "Arena of Valor terjangkau bagi saya (60voucher=15000) untuk membeli skin dan item lainnya di aov</p>	Skala Likert 1-5
			<p>"The App is good value for money"</p>	<p>Arena of Valor kualitas skin sesuai dengan harga skin</p>	
			<p>"At the price shown, the App is economical"</p>	<p>Pada harga yang ditampilkan, Arena of Valor ini ekonomis</p>	
3	Word to Mouth	<p>Word of Mouth adalah pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa</p>	<p>Many users say good things about the mobile App</p>	<p>"Banyak pengguna mengatakan hal-hal baik tentang Arena of Valor"</p>	Skala likert 1-5
			<p>"The mobile</p>	<p>Arena of Valor</p>	

		<p>dan produk yang betul-betul memengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka. (Hasan, 2010)</p>	<p>App is highly rated”</p>	<p>pringkat tinggi di play store</p>	
			<p>Many users recommend the use of the mobile App</p>	<p>pengguna merekomendasikan penggunaan Arena of Valor</p>	
			<p>“Many users provided positive reviews about the mobile App”</p>	<p>Banyak pengguna memberikan ulasan positif tentang Arena of Valor</p>	
4	Performance	<p>Prestasi atau kinerja / performance adalah catatan tentang hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan selama kurun waktu tertentu. (Bernardin dan Russel, 2002)</p> <p>(Bernardin, Russel,</p>	<p>I think the mobile App reacts responsively to my interactions</p>	<p>Saya pikir Arena of Valor memiliki fitur interaktif untuk dimainkan</p>	Skala likert 1-7
			<p>“I think the mobile App occupies little storage as possible</p>	<p>Saya pikir bermain Arena of Valor hanya menggunakan memori minimum</p>	

		2002)	I think the mobile App causes as little network traffic as possible	Saya pikir Arena of Valor dapat dimainkan dengan kecepatan internet yang relatif rendah	
			I think the mobile App offers consistent quality	Saya pikir Arena of Valor memberikan pengalaman bermain game yang konsisten	
5	Usefulness	Perceived usefulness adalah suatu keadaan seseorang yang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Perceived usefulness adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila	I think using the mobile App enables me to accomplish tasks more quickly	Saya menggunakan Arena of Valor untuk memberi hiburan saat bermain game	Skala likert 1-5
			I think the mobile App is usefull in my daily life	Saya pikir bermain Arena of Valor berguna dalam kehidupan sehari-hari saya	

		menggunakan teknologi informasi. (Kartika, N. D., Anton, & Adnanti, W. A.)	Using the App saves me time and effort in getting done what I want	Menggunakan Arena of Valor menghemat waktu dan tenaga saya dalam bermain game	
			Using the App makes it easier to do what I want	bermain Arena of Valor memudahkan saya mendapatkan hiburan dalam kehidupan sehari-hari	
6	Reliabilities	Reabilitas merupakan tingkat konsistensi, untuk mengukur apapun. Makin bervariasi hasil pengukuran dengan sebuah alat ukur maka semakin tidak reliabel alat ukur tersebut. (Ysh, 2006)	I believe it is important that the mobile App will start up quickly without a long wait	Saya percaya penting bahwa Arena of Valormemiliki loading time yang cepat	Skala likert 1-5
			I think it is important that the m-services provided will be available	"Saya pikir Arena of Valor sangat mudah diakses dimana saja dan kapan saja	

			anytime I want to access them		
			I think it is important that the mobile App will be executed according to the given description and promises	Saya pikir penting bahwa Arena of Valor saat dimainkan sesuai dengan deskripsi game tersebut	
			I think it is important that the mobile App will operate properly after updating	menurut saya Arena of Valor beroperasi dengan baik setelah perbaharuan atau update	
7	App Purchase Intention	purchase intention adalah keinginan konsumen untuk memiliki produk, dimana minat beli	I am very willing to purchase the mobile App in the near future	saya bersedia untuk melakukan purchase pada AOV di masa depan	Skala likert 1-5

		<p>tersebut akan muncul jika seorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari produk, keunggulan atau kekurangan produk dari pesaing-nya, serta harga yang ditawarkan (Durianto, 2013)</p>	<p>find purchasing the mobile App to be worthwhile</p>	<p>menurut saya membeli dalam game AOV cukup berharga</p>	
			<p>There is a high probability that I will consider purchasing the mobile App in the future</p>	<p>kemungkinan besar saya akan melakukan pembelian dalam game aov</p>	

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Pre Test

Uji Pre-Test merupakan tahap di mana survei dilakukan pada sampel yang relatif kecil untuk menguji hasil data (Malhotra et al., 2020). Tujuan dari uji Pre-Test adalah untuk mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah dalam penelitian sebelum disebarkan kepada populasi responden yang lebih besar. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 40 responden sebagai sampel untuk uji Pre-Test. Jawaban dari responden dalam uji Pre-Test tersebut kemudian diolah oleh peneliti untuk menguji validitas dan reliabilitas setiap variabel menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27. Tujuan dari uji tersebut adalah untuk mengevaluasi kevalidan dan reliabilitas dari semua variabel yang diuji.

3.7.2 Uji Validitas

Uji Validitas adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel yang diteliti mencerminkan dan merepresentasikan pengaruh terhadap fenomena yang sedang diinvestigasi (Malhotra et al., 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas. Sebelum melakukan uji validitas, peneliti telah menyiapkan indikator-indikator pertanyaan sebagai acuan untuk mengukur variabel-variabel yang akan diteliti. Variabel-variabel tersebut akan dianggap valid dalam uji validitas jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.2

No	Validitas	Nilai Disyaratkan
1	KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) adalah suatu indeks yang digunakan untuk menguji adanya kecocokan analisis faktor (Malhotra, 2020)	Nilai KMO akan dinyatakan valid jika mendapati angka $\geq 0,5$. Sedangkan nilai angka di bawah $< 0,5$ menunjukkan hasil yang kurang baik, sehingga tidak dapat digunakan dalam penelitian.
2	Sig Barlett's Test of Sphericity adalah uji statistik yang digunakan sebagai tools untuk menguji adanya hipotesis dalam suatu penelitian.	Untuk menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel dan indikator yang diteliti, maka variabel tersebut harus memiliki nilai significant $\leq 0,05$ untuk dinyatakan valid.
3	Anti Image Matrics adalah tools yang digunakan untuk membuat prediksi terkait hubungan antar variabel yang satu dengan yang lainnya untuk mengetahui kesesuaian analisis faktor (Malhotra, 2020).	Nilai dari Anti Image Matrics ini disesuaikan dengan nilai MSA, dimana jika nilai MSA $\geq 0,5$, maka terjadi kesesuaian antar variabel. Namun, jika nilai MSA $\leq 0,05$, maka akan ada variabel yang harus dihilangkan dari factor analysis (Hair et al, 2014).
4	Factor Loading (hasil dari component matrix) adalah	Indikator dari suatu variabel akan dinyatakan valid jika factor loading

Sumber : (Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F., 2020)

3.7.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi apakah indikator atau pengukuran yang digunakan dalam penelitian konsisten dan menghasilkan hasil yang serupa ketika diukur secara berulang (Malhotra et al., 2020). Uji reliabilitas dianggap reliabel jika indikator menunjukkan hasil yang konsisten meskipun dilakukan pengukuran ulang. Pengukuran uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha melalui perangkat lunak SPSS versi 27. Sebuah indikator dalam uji reliabilitas dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ (Malhotra et al., 2017).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah langkah awal yang harus dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linear berganda. Tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang digunakan memberikan estimasi yang akurat dan tepat . Dalam penelitian ini, dilakukan uji asumsi klasik dengan penjelasan sebagai berikut: (Ghozali, 2018)

3.8.1 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya korelasi antara variabel independen dalam sebuah model regresi. Ghozali (2018) mengungkapkan bahwa sebuah model regresi dianggap baik jika tidak terdapat korelasi atau multikolinieritas yang terdeteksi di antara variabel independen. Namun, jika terdapat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Dalam kasus tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen akan memiliki dampak negatif (Ghozali, 2018).

Dalam melakukan uji multikolinearitas, penting bagi peneliti untuk mengamati nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi (tolerance) dari setiap variabel independen. Jika nilai VIF dan nilai toleransi berada dalam rentang >1 dan <10 , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat indikasi multikolinearitas dalam data independen yang diamati. Menurut Ghozali (2018), berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam hal ini:

1. Jika nilai toleransi (tolerance) $\geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima.
2. Jika nilai toleransi (tolerance) $\leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat variasi dalam varians residual yang diamati antara pengamatan yang berbeda dalam model regresi (Ghozali, 2018). Jika residual menunjukkan varians yang sama untuk setiap pengamatan, hal ini disebut homoskedastisitas. Namun, jika terdapat perbedaan dalam varians residual antara pengamatan, hal ini disebut heteroskedastisitas. Beberapa metode yang digunakan untuk pengujian heteroskedastisitas meliputi Uji Plot, Uji Park, Uji Glejser, dan Uji White. Dalam penelitian ini, para peneliti melakukan uji scatter plot untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini dapat dilihat dari pola penyebaran antara nilai prediksi variabel terikat dan residual yang sesuai. Para peneliti perlu memeriksa dengan teliti plot nilai prediksi, seperti ZPRED, dan residual, yaitu SRESID, berdasarkan kriteria keputusan berikut:

1. Apabila dalam model regresi ini terdapat titik-titik yang menyebar secara tidak beraturan (acak), baik terdapat di atas ataupun di bawah angka 0 dalam sumbu Y, maka hal ini menandakan bahwa model ini terdapat gejala heteroskedastisitas.
2. Apabila dalam model ini tidak terdapat titik-titik yang menyebar secara tidak beraturan (acak), baik terdapat di atas ataupun di bawah angka 0 dalam sumbu Y, maka hal ini menandakan bahwa model ini tidak memiliki gejala heteroskedastisitas dan memiliki nilai yang baik.

3.8.3 Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk menguji terdapat atau tidaknya distribusi normal pada variabel independen maupun variabel dependen. Jika variabel dalam model regresi terdistribusi normal, maka model penelitian tersebut bisa dinyatakan baik. Ukuran yang digunakan pada uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi $< 0,05$, data tersebut dinyatakan tidak terdistribusi normal sedangkan jika nilai signifikan $> 0,05$, data tersebut dinyatakan terdistribusi normal (Ghozali, 2016).

3.9 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, dilakukan uji regresi linear berganda oleh penulis. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 terhadap variabel Y (variabel dependen).

3.9.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan sebagai hipotesis untuk mengukur sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, dengan klasifikasi korelasi sebagai berikut:

1. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya korelasi.
2. Nilai antara 0 hingga 0,49 menunjukkan korelasi yang lemah.

3. Nilai 0,50 menunjukkan korelasi moderat.
4. Nilai antara 0,51 hingga 0,99 menunjukkan korelasi yang kuat.
5. Nilai 1,00 menunjukkan korelasi sempurna.

Menurut Ghozali (2018), jika nilai R^2 rendah, itu menunjukkan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Namun, jika nilai mendekati 1, itu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan informasi yang baik dalam memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Adjusted R untuk mengevaluasi model regresi. Metode Adjusted R digunakan karena dapat menyesuaikan diri ketika salah satu variabel independen ditambahkan atau dihapus dari model yang sedang diteliti (Ghozali, 2018).

3.9.2 Uji Statistik F

Menurut Ghozali (2016), uji hipotesis f digunakan untuk mengukur dan mengetahui apakah semua variabel independen dalam model regresi berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai signifikan yang digunakan dalam uji statistik f adalah 5% dimana jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak sedangkan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima



Tabel 3.3

No	Uji F	Kesimpulan
1	Apabila hasil dari nilai F hitung $>$ nilai F tabel (Sig $<$ 0,05)	Oleh karena itu, hipotesis diterima. Hal itu menunjukkan adanya pengaruh yang bersamaan atas semua variabel independen terhadap variabel dependen.
2	Apabila hasil dari nilai F hitung $<$ nilai F tabel (Sig $>$ 0,05)	Hipotesis ditolak

3.9.3 Uji Statistik T

Ghozali (2016) states that the t-test is used to measure and determine the extent of the influence between independent and dependent variables. The significance level used in the t-test is 5%, where if the significance value is $<$ 0.05, the hypothesis is rejected, while if the significance value is $>$ 0.05, the hypothesis is accepted, indicating that the independent variable has an effect on the dependent variable.

U M W N
 U N I V E R S I T A S
 M U L T I M E D I A
 N U S A N T A R A

Tabel 3.4

No	Uji T	Kesimpulan
1	Apabila nilai signifikan $> 0,05$	Hipotesis ditolak, dimana hal itu menandakan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2	Apabila nilai signifikan $< 0,05$	Hipotesis diterima, dimana hal itu menandakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

