

**PENGARUH EFFORT EXPECTANCY, PERCEIVED
USEFULNESS, PERCEIVED ENJOYMENT, DAN PERCEIVED
ATTRACTIVENESS TERHADAP GAME LOYALTY
INTENTION PADA GAME LETHAL COMPANY**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

MISKA KHALIFA SALDIAN

0000041529

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**PENGARUH EFFORT EXPECTANCY, PERCEIVED
USEFULNESS, PERCEIVED ENJOYMENT, DAN PERCEIVED
ATTRACTIVENESS TERHADAP GAME LOYALTY
INTENTION PADA GAME LETHAL COMPANY**



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MISKA KHALIFA SALDIAN

00000041529

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Miska Khalifa Saldian

Nomor Induk Mahasiswa : 00000041529

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, dan Perceived Attractiveness Terhadap Game Loyalty Intention Pada Game Lethal Company

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh

Tangerang, 02 Desember 2024



(Miska Khalifa Saldian)

ii
Pengaruh Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Perceived Attractiveness Terhadap Game Loyalty Intention Pada Game Lethal Company, Miska Khalifa Saldian, Universitas Multimedia Nusantara

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, dan Perceived Attractiveness Terhadap Game Loyalty Intention Pada Game Lethal

Company

Oleh

Nama : Miska Khalifa Saldian

NIM : 00000041529

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 November 2024

Pembimbing

Ketua Prodi Manajemen



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc
0320089001



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Attractiveness* Terhadap *Game Loyalty Intention* Pada *Game Lethal Company*

Oleh

Nama : Miska Khalifa Saldian

NIM : 00000041529

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diajukan pada hari Jumat 13, Desember,
2024 Pukul 11:00 s.d 12:30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



Dr. Yosef Budi Susanto,
M. M
0301056103

Penguji



Purnamaningsih, S.E.,
M.S.M
0323047801

Pembimbing



Nosica Rizkalla, S.E.,
M.Sc
0320089001

Ketua Prodi Manajemen



Purnamaningsih, S.E.,
M.S.M
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Miska Khalifa Saldian

NIM : 00000041529

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Attractiveness* Terhadap *Game Loyalty Intention* Pada *Game Lethal Company*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang 02, Desember 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Miska Khalifa Saldian

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "*Pengaruh Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, dan Perceived Attractiveness terhadap Game Loyalty Intention pada Game Lethal Company*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara. Dalam penyusunan skripsi ini, saya mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini
2. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O. selaku ketua program studi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini
5. Saffa Mahfuz Saldian yang merupakan kakak kandung saya yang selalu memberikan dukungan material dan moral
6. Jonathan Nitisanjaya, S.M., Yosea Immanuel Hartanto, S.M., dan Julian Andreas, S.M. yang merupakan teman saya yang selalu memberikan dukungan serta motivasi selama penelitian ini berlangsung
7. Bapak Dr. Yosef Budi Susanto, M.M. selaku ketua siding skripsi yang telah memberikan banyak sekali masukan terhadap kekurangan pada skripsi ini

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat

bagi pembaca dan menjadi kontribusi positif dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya yang berkaitan dengan loyalitas dalam industri *game*. Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih atas perhatian dan waktu yang telah diluangkan untuk membaca karya ini.

Tangerang, 02 Desember 2024



Miska Khalifa Saldian

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH EFFORT EXPECTANCY, PERCEIVED
USEFULNESS, PERCEIVED ENJOYMENT, DAN
PERCEIVED ATTRACTIVENESS TERHADAP GAME
LOYALTY INTENTION PADA GAME LETHAL
COMPANY**

(Miska Khalifa Saldian)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Attractiveness* terhadap *Game Loyalty Intention* pada game *Lethal Company*. Loyalitas pemain merupakan elemen penting bagi keberhasilan jangka panjang *game*, terutama di pasar yang kompetitif seperti industri *game online*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner, yang disebarakan kepada 95 responden yang memenuhi kriteria. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Game Loyalty Intention*, sedangkan *Effort Expectancy* dan *Perceived Attractiveness* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan serta kesenangan dalam bermain menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas pemain. Sebaliknya, daya tarik *visual* dan kemudahan penggunaan tidak cukup memengaruhi niat loyalitas pemain. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengembang *game* untuk fokus meningkatkan elemen yang memaksimalkan manfaat dan kesenangan bagi pemain.

Kata kunci: *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Perceived Attractiveness*, *Game Loyalty Intention*, *Game*, *Lethal Company*.

THE INFLUENCE OF EFFORT EXPECTANCY, PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED ENJOYMENT, AND PERCEIVED ATTRACTIVENESS TERHADAP GAME LOYALTY INTENTION AT LETHAL COMPANY GAME

(Miska Khalifa Saldian)

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, and Perceived Attractiveness on Game Loyalty Intention in the game Lethal Company. Player loyalty is a crucial element for the long-term success of games, especially in a competitive market like the online gaming industry. This research employs a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 95 eligible respondents. The data were analyzed using multiple linear regression.

The results indicate that Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment positively and significantly influence Game Loyalty Intention, while Effort Expectancy and Perceived Attractiveness do not show a significant effect. These findings suggest that perceived benefits and enjoyment play key roles in fostering player loyalty, whereas visual appeal and ease of use are less impactful. This study provides insights for game developers to prioritize elements that enhance benefits and enjoyment for players.

Keywords: *Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Perceived Attractiveness, Game Loyalty Intention, Game, Lethal Company*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	24
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.4 Batasan Penelitian	26
1.5 Manfaat Penelitian	27
1.6 Manfaat Akademis	27
1.7 Manfaat Praktisi	27
1.8 Sistematika Penulisan	28
BAB II LANDASAN TEORI.....	30
2.1 Tinjauan Teori	30
2.1.1 <i>Equity Theory</i>	30
2.1.2 <i>Effort Expectancy</i>	32
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i>	32
2.1.4 <i>Perceived Enjoyment</i>	33
2.1.5 <i>Perceived Attractiveness</i>	33
2.1.6 <i>Game Loyalty Intention</i>	34
2.2 Model Penelitian.....	35
2.3 Hipotesis Penelitian	36
2.3.1 <i>Pengaruh Effort Expectancy terhadap Game Loyalty Intention</i>	36
2.3.2 <i>Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Game Loyalty Intention</i>	37
2.3.3 <i>Perceived Enjoyment terhadap Game Loyalty Intention</i>	38

2.4 Penelitian Terdahulu.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
3.2 Desain Penelitian	55
3.2.1 Jenis Penelitian	55
3.2.2 Research Data	59
3.3 Ruang Lingkup Penelitian	59
3.3.1 Target Populasi	60
3.3.2 Sampling Frame.....	61
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.3.4 Menentukan Sample Size	64
3.4 Prosedur Penelitian	65
3.4.1 Periode Penelitian	65
3.4.2 Pengumpulan Data.....	65
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian	66
3.5.1 Variabel Independen	66
3.5.2 Variabel Dependen	66
3.6 Operasionalisasi Tabel	67
3.7 Teknik Analisis Data	72
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian.....	72
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	73
3.7.3 Uji Model.....	74
3.7.4 Uji Hipotesis.....	75
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	78
4.2 Deskripsi Hasil Profil Responden	78
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	79
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	80
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Game Apa Saja Yang Saat Ini Sedang Dimainkan	81
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Waktu Yang Dhabiskan Untuk Bermain Game Setiap Harinya.....	83

4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Kapan Mereka Biasanya Bermain Game.	84
4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Budget Bulanan Mereka Untuk Aktivitas Gaming	85
4.2.8 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Dalam Seminggu Mereka Memainkan Game Lethal Company	86
4.2.9 Profil Responden Berdasarkan Berapa Lama Waktu Yang Biasanya Mereka Habiskan Untuk Bermain Lethal Company Dalam Sehari	87
4.3 Analisis Deskriptif	88
4.3.1 Effort Expectancy	89
4.3.2 Perceived Usefulness	90
4.3.3 Perceived Enjoyment	91
4.3.4 Perceived Attractiveness	93
4.3.5 Game Loyalty Intention	94
4.4 Uji Instrumen	95
4.4.1 Uji Validitas Pre-Test	95
4.4.2 Uji Reliabilitas Pre-Test	97
4.4.3 Uji Validitas Main-Test	98
4.4.4 Uji Reliabilitas Main-Test	100
4.5 Uji Asumsi Klasik	101
4.5.1 Uji Normalitas	101
4.5.2 Uji Multikolonieritas	103
4.5.3 Uji Heteroskedasitas	104
4.6 Uji Model	105
4.6.1 Koefisiensi Determinasi R^2	105
4.7 Uji Hipotesis	106
4.7.1 Uji Signifikansi Simultan (F-Test)	106
4.7.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (T-Test)	107
4.7.3 Uji Regresi Linier Berganda	109
4.8 Interpretasi Hasil	111
4.8.1 Pengaruh Effort Expectancy terhadap Game Loyalty Intention	111
4.8.2 Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Game Loyalty Intention	112
4.8.3 Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Game Loyalty Intention	113
4.8.4 Pengaruh Perceived Attractiveness terhadap Game Loyalty Intention	114

4.9 Implikasi Manajerial.....	115
<i>4.9.1 Upaya dalam Meningkatkan Efek Perceived Usefulness terhadap Game Loyalty Intention.....</i>	<i>115</i>
<i>4.9.2 Upaya dalam Meningkatkan Efek Perceived Enjoyment terhadap Game Loyalty Intention.....</i>	<i>118</i>
4.10 Implikasi Akademik.....	120
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	122
5.1 Simpulan.....	122
5.2 Saran.....	123
<i>5.2.1 Saran Manajerial.....</i>	<i>123</i>
<i>5.2.2 Saran Untuk Pengembang Game.....</i>	<i>125</i>
<i>5.2.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....</i>	<i>126</i>
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN.....	135

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Genre-genre game.....	7
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3. 1 Tabel Operasional.....	67
Tabel 4 1 Kriteria Interval Kelas	88
Tabel 4 2 Penelitian Responden Terhadap Effort Expectancy	89
Tabel 4 3 Penelitian Responden Terhadap Perceived Usefulness.....	90
Tabel 4 4 Penelitian Responden Terhadap Perceived Enjoyment.....	92
Tabel 4 5 Penelitian Responden Terhadap Perceived Attractiveness	93
Tabel 4 6 Penelitian Responden Terhadap Game Loyalty Intention.....	94
Tabel 4 7 Hasil Uji Validitas Pre-Test	96
Tabel 4 8 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....	97
Tabel 4 9 Hasil Uji Validitas Main-Test	99
Tabel 4 10 Hasil Uji Reliabilitas Main-Test.....	100
Tabel 4 11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	102
Tabel 4 12 Hasil Uji Multikolinieritas	103
Tabel 4 13 Hasil Uji Heterokedastisitas (Park).....	105
Tabel 4 14 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi R ²	106
Tabel 4 15 Hasil Uji F-Test	107
Tabel 4 16 Hasil Uji T-test	108
Tabel 4 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	110

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah penduduk pada pertengahan tahun	1
Gambar 1. 2 Digitalisasi pada masyarakat Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2020.....	3
Gambar 1. 4 Alasan untuk menggunakan internet	4
Gambar 1. 5 Rata-rata waktu bermain game online di indonesia	5
Gambar 1. 6 Perangkat yang digunakan untuk bermain game online	6
Gambar 1. 7 Genre game paling populer di Indonesia	14
Gambar 1. 8 Total unduhan untuk game Mobile Legends	15
Gambar 1. 9 Total pengunduhan game Mobile legends di Playstore.....	16
Gambar 1. 10 Game Lethal company.....	17
Gambar 1. 11 Monster Coil head.....	18
Gambar 1. 12 Monster pada Game Lethal Company	18
Gambar 1. 13 Barang-barang yang dikumpulkan untuk memenuhi kuota	19
Gambar 1. 14 Menjual barang di Company building.....	20
Gambar 1. 15 Windah Basudara Lethal Company.....	21
Gambar 1. 16 Markiplier Lethal Company.....	22
Gambar 1. 17 Jumlah pemain Lethal Company.....	23
Gambar 2. 1 Penelitian Molinillo.....	31
Gambar 2. 2 Model Penelitian	36
Gambar 3. 1 Logo game Lethal Company	46
Gambar 3. 2 Gameplay Lethal Company	48
Gambar 3. 3 Gameplay Lethal Company	49
Gambar 3. 4 Gameplay Lethal Company	50
Gambar 3. 5 Ambience Game Lethal Company	52
Gambar 3. 6 Detail Game Lethal Company	54
Gambar 3. 7 Research Design.....	55
Gambar 4 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Gambar 4 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	79
Gambar 4 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	80
Gambar 4 4 Profil Responden Berdasarkan Game Apa Saja Yang Saat Ini Sedang Dimainkan	81
Gambar 4 5 Profil Responden Berdasarkan Waktu Yang Dhabiskan Untuk Bermain Game Setiap Harinya	83
Gambar 4 6 Profil Responden Berdasarkan Kapan Mereka Biasanya Bermain Game	84
Gambar 4 7 Profil Responden Berdasarkan Budget Bulanan Mereka Untuk Aktivitas Gaming.....	85
Gambar 4 8 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Dalam Seminggu Mereka Memainkan Game Lethal Company	86
Gambar 4 9 Profil Responden Berdasarkan Berapa Lama Waktu Yang Biasanya Mereka	

Habiskan Untuk Bermain Lethal Company Dalam Sehari.....	87
Gambar 4 10 Histogram dan P-Plot	102
Gambar 4 11 Scatterplot.....	104
Gambar 4 12 Puzzle Pada Game Resident Evil Series	117
Gambar 4 13 Perbedaan Ekspresi Ketika Bermain Game Horror.....	119



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran 1 Hasil Turnitin	135
Lampiran 2 Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	137
Lampiran 3 Data Responden	143
Lampiran 4 Hasil Pre-Test.....	144
Lampiran 5 Hasil Main-Tes.....	149
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	157
Lampiran 7 Jurnal Utama	158

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA