

ABSTRAK

Munculnya siaran langsung gim dimulai dengan perkembangan gim itu sendiri. Fenomena ini kini telah berkembang lebih luas. Gim daring kini hadir dengan perpaduan ilmu penyiaran. Pemain yang melakukan aktivitas ini disebut *streamer*. Dengan hadirnya berbagai platform siaran langsung yang semakin berkembang termasuk hadirnya Nimo TV, minat masyarakat untuk menonton siaran langsung gim dan *esports* atau olahraga elektronik juga semakin meningkat di seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia. Karena kesuksesan aplikasi Nimo TV di seluruh dunia dan lebih tepatnya di Indonesia, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi orang-orang dalam menggunakan Nimo TV.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan Nimo TV di Indonesia dan mengidentifikasi faktor yang dominan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner daring, dengan sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Nimo TV di Indonesia sebanyak 408 responden yang dipilih secara acak dengan menggunakan metode *nonprobability sampling*. Total 9 faktor awal yang digunakan meliputi *Value Proposition & App Popularity, Influence, Benefit, Satisfaction with Price & Service, Self Efficacy, Product Features, Lifestyle, Self Expression*, dan *Social Presence*. IBM Statistical Program of Social Science (SPSS) digunakan untuk melakukan analisis data menggunakan analisis faktor, khususnya *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*.

Hasil penelitian membentuk 7 faktor baru yaitu *Product Attribute, Popularity, Service Quality, Social Presence, User Expertise, Self Expression*, dan *Accessibility*. Dengan total kontribusi dari tujuh faktor pembentuk minat menggunakan aplikasi Nimo TV di Indonesia sebesar 76,36%.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Perilaku Konsumen, Nimo TV.