

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Game PlayerUnknown's Battlegrounds atau lebih dikenal dengan nama PUBG adalah permainan penembak survival kompetitif yang dikembangkan oleh perusahaan PUBG Corporation dan Krafton. Ada dua jenis *platform* untuk game ini, yaitu versi *PC* dan *Mobile* (Android, iOS). Namun pada dasarnya kedua *platform* ini sama hanya yang membedakan adalah perangkat yang digunakannya saja. (Sumber: pubg.gamepedia.com, 2019)



Gambar 1.1

Logo PlayerUnknown's Battlegrounds Mobile

Sumber: <https://www.pubgmobile.com/en-US/> tanggal 30 Maret 2021 pukul 12.21

WIB

PUBG Mobile merupakan permainan dengan jenis Game bertahan hidup yang dilahirkan oleh Brendan Greene. Bersumber pada esportnesia.com, permainan yang berjenis Game bertahan hidup pada dasarnya merupakan suatu rancangan game dimana sekumpulan pemeran digabungkan pada suatu map ataupun zona yang lumayan terbatas serta memforsir aktornya guna silih mengeliminasi satu sama lain sampai menyisihkan seseorang juara. (Kevino, 2018; Esportnesia.com, 2018). Mode permainan yang ditawarkan *PUBG Mobile* adalah *Training Mode*,

Classic Mode dan *Arcade Mode*. *Training Mode* sendiri adalah sebuah mode dimana pemain bisa mempelajari cara menggunakan senjata, perlengkapan senjata, dan kendaraan. Mode ini biasa digunakan dalam metode pengenalan game lebih dalam sebelum memulai permainan melawan pemain lain.



Gambar 1.2

Tampilan *Training Mode* Pada Game *PUBG Mobile*

Sumber: UNCLESU, 2020

Untuk *Classic Mode* para pemain dikumpulkan dengan jumlah 100 orang dan menempatkan seluruh pemain di satu tempat yang sama. Seluruh pemain akan menaiki sebuah pesawat dan para pemainpun bebas menentukan *extraction point* atau terjun di area yang diinginkan. Pemain harus mencari senjata dan *armor* di tempat yang sudah disediakan agar bisa bertahan hidup guna menyelesaikan permainan. Pemain juga harus mampu mengeliminasi pemain lain serta harus selalu berada di zona aman yang telah ditetapkan. Jika pemain berada diluar zona aman maka akan tereliminasi dengan cara pengurangan darah setiap waktu hingga pemain mati dan sudah dipastikan pemain akan kalah.



Gambar 1.3

Tampilan sekarang *Classic Mode* Pada Game *PUBG Mobile*

Sumber: (Permana, 2020)

Arcade Mode adalah mode dimana pemain bisa mencurahkan segala kemampuannya dalam mengalahkan pemain lainnya. Mode ini lebih singkat dari *Classic Mode* karena zona dan waktu lebih singkat. *Arcade Mode* juga mempunyai 3 bagian: *Hardcore Mode*, *Quick Match* dan *War*. Sumber: Game *PUBG Mobile* (2019)



Gambar 1.4

Tampilan *Arcade Mode* Pada Game *PUBG Mobile*

Sumber: (Tanujaya, 2021 Februari 8)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan akan *game online* sangat pesat di dunia khususnya di Indonesia. Menurut artikel dari IDN Times yang menyebutkan bahwa saat ini Indonesia berada di peringkat ke 17 dalam total dari 25 negara dengan pemain terbanyak diikuti oleh pendapatan terbesar di dunia. (Lutfia, 2019; IDN Times, 2019).

Electronic Sports ataupun *e- sports* sudah jadi fenomena dikala ini. Jumlah gamer di tanah air lalu hadapi perkembangan dari tahun ke tahun. Bagi informasi Newzoo, pada 2017 Indonesia mempunyai gamer sebanyak 43, 7 juta orang. Sampai tahun kemarin, jumlah gamer di Indonesia alami lonjakan yang lumayan signifikan. Terdaftar, pada 2019 ada 52 juta orang yang ialah gamer di Indonesia. Klasifikasinya, didominasi oleh laki- laki sebesar 56 Persen serta perempuan 46 Persen. Kisaran usia laki- laki sangat banyak di nilai 21 - 35 tahun dengan persentase 26 Persen. deretan kedua, diisi oleh laki- laki dengan bentang baya 10- 20 tahun sebesar 21 Persen. Sedangkan itu, untuk perempuan, yang sangat banyak jadi gamer terdapat di usia 21- 35 tahun sebesar 21 Persen. Setelah itu diiringi oleh perempuan dewasa 10- 20 tahun dengan persentase sebesar 15 Persen. Catatan itu melahirkan Indonesia selaku negeri tingkatan 6 dengan jumlah gamer paling banyak di Asia serta tingkatan 17 di bumi. Atensi warga Indonesia kepada permainan bisa dibilang telah besar. Perihal itu dapat jadi era depan yang terang guna perusahaan *Esports* tanah air. Karena terus menjadi banyak gamer sehingga hendak terus menjadi banyak pula bakat yang ditemui. Bila dibina dengan bagus sehingga bisa membagikan hasil yang dapat mempengaruhi pada perusahaan *Esports* di Indonesia.

Dalam game ada sebutan Game bertahan hidup. Dikutip dalam *esportnesia. com*, Game bertahan hidup merupakan suatu game dimana para aktornya hendak digabungkan pada suatu zona yang terbatas serta mereka dituntut guna silih mengeliminasi satu serupa lain sampai mencadangkan seseorang juara (Kevino, 2018; *Esportsnesia. com*, 2019).

Secara umum, *PUBG Mobile* adalah sebuah permainan yang dapat dimainkan secara gratis oleh seluruh penggunanya dalam genre permainan Game bertahan hidup yaitu terdapat 100 pemain yang harus saling mengeliminasi satu sama lain guna menjadi juara atau pemenang. Berdasarkan data-data yang sudah dijelaskan diatas, peneliti memilih *PUBG Mobile* sebagai objek penelitian karena *PUBG Mobile* adalah game bergenre Game bertahan hidup yang dimainkan melalui *smartphone* dan mempunyai banyak sekali pemain di seluruh dunia. Adapun penghargaan yang diraih oleh game *PUBG Mobile* adalah “Best Community Building Game” dan “Best Breakthrough Hit” di tahun 2018 oleh Google Play.



Gambar 1.5

Press Release Penghargaan Google Play Kepada *PUBG Mobile* Tahun 2018

Sumber: <https://www.pubgmobile.com/en-US/media.shtml> tanggal 30 Maret 2021 pukul 14.57 WIB

Game online menyediakan fitur pembelian dalam game menggunakan uang sungguhan seperti toko virtual layaknya kita berbelanja online, namun barang ini hanya dapat dinikmati melalui indra penglihatan saja. Pembelian ini dapat mengubah profil pemain yang akan dimainkan guna menambah variasi seperti kostumisasi pada *game*. Dalam *game PUBG Mobile* pemain bisa melakukan *top-up* atau pengisian uang virtual sebelum dibelanjakan menjadi *item* atau barang dalam game melalui voucher *game*, transfer bank atau antar bank maupun pemotongan pulsa melalui telepon genggam. Beberapa contoh kostumisasi dalam permainan adalah kostumisasi pada *profile*, bingkai *avatar*, kostum, *skin* senjata, kendaraan, parasut, tas dan helm. *PUBG Mobile* juga menyediakan eksklusivitas *skin* yang dimana hanya pemain yang membeli Royal Pass saja yang bisa mendapatkannya. Artinya pemain mendapatkan beberapa *limited skin* yang hanya bisa dibeli pada periode atau waktu tertentu saja.



Gambar 1.6

Skin Istimewa Royal Pass Season 6

Sumber: <http://www.pubgmobile.com/id/event/royalepass17/> tanggal 30 Maret 2021
pukul 15.08 WIB

Tentu hal ini membuat banyak para pemain *game* rela mengeluarkan uang untuk mendapatkan hak eksklusivitas berupa *limited skin* yang hanya bisa didapatkan dalam waktu terbatas dan membawa keuntungan yang sangat besar bagi *developer* atau pengembang *game*.

Berdasarkan riset dari Sensor Tower yang dikutip oleh kompas.com, pada bulan November 2018 PUBG Mobile telah mendapatkan keuntungan sebesar \$34,5 Juta yang dimana para pemain PUBG Mobile di Amerika Serikat telah menghabiskan sebesar \$1,1 Juta dalam waktu satu hari (Pratomo. 2018: Kompas.com, 2019).

Hal yang memicu para *gamers* bermain *game mobile* adalah dikarenakan *smartphone* di era sekarang dianggap sudah memiliki kemampuan yang mendekati dengan *personal computer* (PC) dan menjadi *trend* hingga saat ini.

Peneliti lain sebenarnya telah melihat hubungan antara motivasi dalam game dan pembelian virtual. Salah satunya, pada tahun 2018 ada jurnal (Marder, Gattic, Collins, Pitt, Kietzmann, dan Erz, 2018) yang melihat motivasi hedonistik dan sosial dari 32 gamer online di Skotlandia, Inggris, Denmark, dan Kanada. Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis pemain merupakan bentuk rasa terima kasih kepada produsen atau penyedia game online karena telah memberikan kepuasan pribadi kepada gamer yang melakukan pembelian virtual pada game online. Pada saat yang sama, dalam hal motivasi sosial, para pemain ini diakui oleh orang lain atau dipandang sebagai orang yang dapat menghargai game yang ditawarkan oleh pembuat atau penyedia game online secara gratis.

Motivasi hedonis dan motivasi sosial yang dimiliki oleh para pemain/pengguna game *Playerunknown's Battlegrounds* (PUBG) Mobile tentunya akan memiliki implikasi positif pada keinginan untuk melakukan keputusan pembelian produk tersebut. Semakin tinggi motivasi hedonis dan motivasi sosial, maka diperkirakan keputusan pembelian game *Playerunknown's Battlegrounds* (PUBG) Mobile maka keputusan pembelian terhadap produk game *Playerunknown's Battlegrounds* (PUBG) Mobile akan semakin tinggi pula. Sehingga eksistensi game ini dapat dipertahankan secara jangka panjang seiring dengan pembelian yang cukup besar dari masyarakat luas.

Penelitian ini penting untuk dilakukan guna melihat pengaruh dari Motivasi Hedonis Dan Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Game *Playerunknown's Battlegrounds* (PUBG) Mobile. Dengan penelitian ini tentunya dapat mengukur seberapa besar tingkat signifikansi Motivasi Hedonis Dan Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Game *Playerunknown's Battlegrounds* (PUBG) Mobile. Sehingga bisa menjadi masukan bagi pembuat kebijakan terutama di tatanan pendidikan untuk memberikan pengarahan bagi konsumen Game *Playerunknown's Battlegrounds* (PUBG) Mobile tentang budaya hedonis dan budaya sosial yang

tepat sehingga tidak akan menimbulkan budaya konsumsi berlebihan terhadap game online. Penelitian ini yang dilakukan di Kota Bandungpun akan memperluas khasanah ilmu penelitian - penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan di kota lainnya.

Fenomena menarik diperoleh peneliti dilapangan setelah melakukan survey awal seperti yang tersajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Survey Awal Motivasi Hedonis di pada *Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile*

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		%	Orang	%	Orang
1	Konsumen selalu bersemangat ketika melakukan pembelian produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile	45%	9	55%	11
2	Konsumen selalu bergembira ketika membeli produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile	35%	7	65%	13
3	Konsumen akan mengejar penawaran spesial dan diskon spesial dari Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile	60%	12	40%	8

Sumber: Data Diolah Peneliti 2022

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 20 orang konsumen Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile menunjukkan hasil sebagai berikut. Untuk pernyataan Konsumen selalu bersemangat ketika melakukan pembelian produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile adalah sebanyak 45% orang setuju dan 55% orang tidak setuju. Untuk pernyataan Konsumen selalu bergembira ketika membeli produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile adalah sebanyak 35% orang setuju dan 65%

orang tidak setuju. Untuk pernyataan Konsumen akan mengejar penawaran spesial dan diskon spesial dari Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile adalah sebanyak 60% orang setuju dan 40% orang tidak setuju. Dari hasil survey tersebut maka Motivasi Hedonis belum sesuai dengan harapan manajemen.

Tabel 1.2 Survey Awal Motivasi Sosial di pada *Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile*

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		%	Orang	%	Orang
1	Konsumen mengalokasikan dana untuk pembelian produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile melebihi anggaran kebutuhan sehari-hari	35%	7	65%	13
2	Konsumen membeli produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile karena membutuhkan pengakuan sosial yang tinggi	60%	12	40%	8
3	Konsumen memiliki kepuasan tersendiri ketika membeli produk game Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile	30%	6	70%	14

Sumber: Data Diolah Peneliti 2022

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 20 orang konsumen Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile menunjukkan hasil sebagai berikut. Untuk pernyataan Konsumen mengalokasikan dana untuk pembelian produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile melebihi anggaran kebutuhan sehari-hari adalah sebanyak 35% orang setuju dan 65% orang tidak setuju. Untuk pernyataan Konsumen membeli produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile karena membutuhkan pengakuan sosial yang tinggi adalah sebanyak 60% orang setuju dan 40% orang tidak setuju. Untuk pernyataan Konsumen memiliki kepuasan tersendiri ketika membeli produk game Game Playerunknown's

Battlegrounds (PUBG) Mobile adalah sebanyak 30% orang setuju dan 70% orang tidak setuju. Dari hasil survey tersebut maka Motivasi Sosial belum sesuai dengan harapan manajemen.

Peneliti lebih memilih motivasi hedonis dan motivasi sosial sebagai variabel independen yang diperkirakan akan mempengaruhi variabel dependennya yaitu keputusan pembeli penelitian ini berpandangan bahwa motivasi hedonis dan motivasi sosial memiliki peran yang cukup signifikan didalam menentukan pembelian sebuah produk Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile. Asumsi penelitian ini di dukung pula oleh fenomena yang muncul secara empiris dilapangan seperti yang sudah disajikan pada tabel fenomena di atas.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul **“Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada *Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile*”**.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Gambaran Motivasi Hedonis, Motivasi Sosial dan Keputusan pembelian pada Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile ?
2. Bagaimana Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian pada Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile?
3. Bagaimana Pengaruh Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile?
4. Bagaimana Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile?

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengungkap Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada *Game Playerunknown's Battlegrounds* (PUBG) Mobile Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1 Untuk Mengetahui Gambaran Motivasi Hedonis, Motivasi Sosial dan Keputusan pembelian pada Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile.
- 2 Untuk Menganalisis Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian pada Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile.
- 3 Untuk Menganalisis Pengaruh Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile.
- 4 Untuk Menganalisis Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile.

1.5 Kegunaan Penelitian

Harus diyakini bahwa setiap penelitian yang dilakukan berkontribusi pada pengembangan pengetahuan secara umum dan solusi dari pertanyaan penelitian. Menurut Sugiyono (2016:65), sebuah penelitian harus memiliki maksud dan tujuan tertentu. Secara umum, tujuan penelitian adalah untuk menciptakan, meningkatkan, serta mendemonstrasikan informasi. Dan manfaat ataupun hasil penelitian akan mendapatkan wawasan terkini alhasil bisa dipakai guna menguasai, membongkar serta memperhitungkan permasalahan. Oleh sebab itu, butuh diformulasikan dengan cara nyata tujuan penelitian dari kasus yang wajib diberikan. Suatu penelitian paling tidak wajib bisa membagikan guna untuk seluruh pihak, baik teoritis ataupun praktis.

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan atau secara khusus berkaitan mengenai Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Motivasi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada *Game Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Mobile*

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan Motivasi Hedonis, Motivasi Sosial dan Keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi serta dapat memperluas wawasan untuk menganalisa masalah aktual yang berhubungan dengan motivasi hedonis, motivasi sosial, dan keputusan pembelian

3. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi sumber ilmu pengetahuan dan menjadi bacaan di perpustakaan kampus untuk memberikan sumber untuk mahasiswa lain.