

Analisis pengaruh faktor sosial dan faktor individu terhadap keinginan untuk membeli digital items pada mobile games = Social factors and individual factors analysis on digital item purchase intention on mobile game

Ika Yudhistira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20415615&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini meneliti pengaruh dari faktor sosial yaitu social norms dan perceived critical mass dan faktor-faktor individu yang terdapat pada proses penerimaan suatu mobile game dengan intensi terhadap pembelian digital item yang disediakan oleh mobile game tersebut. Tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis dilakukan untuk meneliti hubungan pengaruh tersebut, data pada penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner terhadap 257 responden yang pernah menggunakan game dan belum pernah membeli digital item pada game yang diteliti yaitu Line: Get Rich. Populasi yang di tuju yaitu yang berada di wilayah Jabodetabek, dengan melakukan pendekatan snowball sampling dan convenience sampling, dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang didapat dengan menggunakan Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dari faktor sosial baik itu dari social norms dan perceived critical mass, keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi pembelian digital items pada mobile game. Faktor sosial tersebut juga telah diteliti bahwa tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada attitude pengguna. Oleh karena itu jika pengembang game ingin memfokuskan pendapatan pada penjualan digital items maka perlu untuk menambahkan fitur seperti share pada media sosial ketika pengguna telah melakukan penggunaan digital items atau telah melakukan pembelian digital items. Pengembang game dan pemasarnya juga tidak perlu ragu-ragu dalam memberikan pengaruh sosial dengan alasan pengguna akan terganggu pada notifikasi pada media sosial karena berdasarkan data dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial pada sikap pengguna terhadap game itu tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Dilihat dari pengaruh faktor-faktor individu seperti perceived enjoyment, perceived ease of use, dan perceived usefulness, kesemuanya memberikan pengaruh yang signifikan pada attitude pengguna. Dengan begitu dalam meningkatkan sikap positif pengguna terhadap game yang dikembangkan maka pengembang perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut.

.....This thesis examines the influence on social factors, namely social norms and perceived critical mass, and individual factors on mobile games acceptance process against purchase intention on digital items in mobile game. Literature review and hypothesis formulation was conducted to investigate the effect of the relationship. The data in this study gathered from distributing questionnaires to 257 respondents who had used the game and had never bought digital items on the game that is being studied, which is Line: Get Rich. Population targeted on this study located on Jabodetabek area, snowball sampling and convenience sampling method is used to gather the data and then by using Structural Equation Model (SEM) analysis was performed from the data obtained.

The result showed that the influence of social factors, either from social norms and perceived critical mass, both of them have significant impact on digital items purchase intention on mobile games. Social factors have also been studied that does not have significant effect on the attitude of users. Therefore, if the game developer want to focus their revenue on digital items sales, then it is necessary to add features such as share

to social media when the user has made use or have made a purchase of digital items. Game developers and its marketers also do not need to hesitate in giving social influence to the user by reason of users would be disturbed by the notification on social media, because based on the data provided in this study indicate that users of social influences does not have a significant influence on attitudes toward the game. Viewed from the effect of individual factors such as perceived enjoyment, perceived ease of use, and perceived usefulness, all of them had a significant influence on the attitude of user toward mobile game. Thus, in increasing positive attitude on the users toward the developed game, developers need to consider those factors.