

# Analisis Faktor Pendorong Loyalitas Pemain Game (Consumer Loyalty) Terhadap Mobile Games dengan Fokus Studi Mobile Legend = Analysis of Factors Driving Game Player Loyalty (Consumer Loyalty) Towards Mobile Games with a Focus on Mobile Legend Studies

Anita Rizkiyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516578&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Keberadaan internet menjadi hal yang penting untuk masa sekarang. Pemanfaatan internet juga semakin meluas, tak terbatas hanya memfasilitasi komunikasi dan berbagi informasi, akan tetapi internet juga banyak digunakan sebagai sarana hiburan, salah satunya untuk bermain game. Mobile Legend menjadi salah satu Mobile Game berbasis internet dan juga memiliki pemain (pelanggan) dengan jumlah yang besar di Indonesia. Dengan jumlah pemain aktif yang tinggi, perlu untuk dianalisa mengenai loyalitas dari para pemain. Loyalitas (Customer Loyalty) ini dapat diteliti berdasarkan empat variabel utama yaitu Product Feature yang berfokus pada Gameplay dan User Interface. Lalu Price pada faktor Price on The Game dan Price of The Virtual Item. Game Designed dengan aspek Game Value, Interaction dan Community. Serta Operator Telekomunikasi dengan menganalisis faktor Infrastructure Provider, Ecosystem Development Partner dan juga Sales Partner. Analisis data untuk penelitian ini akan menggunakan SPSS edisi 25 dan AMOS. Operator Telekomunikasi hanya memberikan pengaruh akan tetapi tidak besar dan perlunya perencanaan lebih matang untuk pengembangan infrastruktur dan juga penjualan. Lain halnya dengan Product Feature, hanya sebesar 1% pengaruh yang diberikan terhadap loyalitas pemain. Serta Product Features tidak signifikan dikarenakan adanya saturasi permainan. Selain itu Price termasuk signifikan dikarenakan karena ada banyaknya interaksi yang bisa dilakukan selama bermain serta dorongan yang berasal dari komunitas-komunitas yang ada, sehingga meningkatkan loyalitas dari pemain. Game Value memiliki pengaruh terbesar dalam menjaga loyalitas pemain. Tingginya nilai yang didapatkan karena ada banyaknya interaksi yang bisa dilakukan selama bermain serta dorongan yang berasal dari komunitas-komunitas yang ada, sehingga meningkatkan loyalitas dari pemain.

.....The existence of the internet is important today. The use of the internet is also increasingly widespread, not limited to facilitating communication and information sharing, but the internet is also widely used as a means of entertainment, one of which is to play games. Mobile Legend is an internet-based mobile game and also has a large number of players (customers) in Indonesia. With a high number of active players, it is necessary to analyze the loyalty of the players. Loyalty (Customer Loyalty) can be examined based on four main variables, namely Product Features that focus on Gameplay and User Interface. The Price of the Price on Game and the Price of The Virtual Item factor. The game Designed variables with aspects of Game Value, Interaction, and Community. As well as Telecommunications Operators by analyzing the factors of Infrastructure Providers, Ecosystem Development Partners, and Sales Partners. Data analysis for this study will use SPSS edition 25 and AMOS. Telecommunications Operators only give influence but are not big and there is a need for more careful planning for infrastructure development as well as sales. It's different with Product Features, only 1% influence is given to player loyalty. And Product Features are not significant due to game saturation. In addition, the price is significant because many interactions can be carried out during play and encouragement from existing communities, thereby increasing player loyalty. Game Value has the

greatest influence on maintaining player loyalty. The high value is obtained because many interactions can be carried out during play and encouragement from existing communities, thereby increasing player loyalty.