

---

---

**MEDIASI KEPUASAN GAMERS ATAS PERSEPSI GAMERS TERHADAP INTERNET ADDICTION PENGGUNAAN GAME ONLINE DI SURAKARTA**

---

---

**Yona Joan Febrianto**

Pascasarjana Magister Manajemen, STIE AUB Surakarta

Email : [yjoanfebrianto@gmail.com](mailto:yjoanfebrianto@gmail.com)**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh persepsi kesenangan dan intensi pembelian virtual item terhadap kepuasan gamers, mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh persepsi kesenangan bermain, intensi pembelian virtual item dan kepuasan gamers terhadap internet addiction. Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang merupakan gamers dari PUBG dan Mobile Legend yang hingga saat penelitian ini masih bermain PUBG dan Mobile Legend. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, adapun responden yang dijadikan sampel adalah  $(5 \times 20) = 100$  responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok untuk dijadikan sumber data oleh peneliti. Hasil penelitian menyatakan bahwa intensi pembelian virtual item berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan gamers, serta persepsi kesenangan bermain berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan gamers. Sedangkan persepsi kesenangan bermain, intensi pembelian virtual item dan kepuasan gamers berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap internet addiction. Dari hasil uji F dinyatakan secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap *internet addiction*, nilai  $R^2$  total sebesar 0,418 dapat diartikan bahwa internet addiction pemain game online dijelaskan oleh variabel persepsi kesenangan bermain, intensi pembelian virtual items, dan kepuasan gamers sebesar 41,80% dan dinyatakan bahwa intensi pembelian virtual item merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap *internet addiction*. Selanjutnya dari hasil penelitian disebutkan bahwa pengaruh langsung persepsi kesenangan bermain terhadap internet addiction lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap internet addiction lebih efektif melalui jalur langsung. Pengaruh langsung intensi pembelian virtual items terhadap internet addiction lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap internet addiction lebih efektif melalui jalur langsung. Variabel kepuasan bermain dalam penelitian ini terbukti bukan merupakan variabel mediasi.

**Kata Kunci** : Persepsi Kesenangan Bermain, Intensi Pembelian Virtual Item, Kepuasan, dan *Internet Addiction*

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know and analyze the significance of the influence of the perception of playing pleasure and the intention of purchasing virtual items towards the satisfaction of gamers. The purpose is also for knowing and analyzing the significance of the influence of the perception of playing pleasure, the intention of purchasing virtual items and the satisfaction of gamers towards internet addiction. The population in this research is the respondents who are gamers of PUBG and Mobile Legend, which until the time of the study, they are still playing PUBG and Mobile Legend. The population in this study is not known in number, but the respondents who are used to the sample is  $(5 \times 20) = 100$  respondents. The sampling technique was carried out by means of accidental sampling, namely the technique of determining the sample by chance, namely respondents who accidentally met the researcher and were deemed suitable to be used as data sources by the researcher. The results of the study indicate that the intention to purchase virtual items has a positive and significant effect on gamers satisfaction, and the perception of playing pleasure has a negative and insignificant effect on gamers satisfaction. Meanwhile, the perception of playing pleasure, the intention to purchase virtual items and the gamer satisfaction have a positive and insignificant effect on internet addiction. From the results of the F test, it is stated that the independent variables do not have a significant effect on internet addiction. A total  $R^2$  value of 0.418 means that internet addiction of online game players is explained by the variable perception of the playing pleasure, the intention to purchase virtual items, and the gamer satisfaction of 41.80% and it is stated that the intention to purchase virtual items is the variable that most influences internet addiction. Furthermore, from the research results, it is stated that the direct influence of the perception of playing pleasure towards internet addiction is greater than the indirect effect, so that increasing the influence of the perception of playing pleasure towards internet addicts is more effective through direct channels. The playing satisfaction variable in this study is proven not to be a mediating variable.*

**Keywords**: *Perception of Playing Pleasure, Purchase Intention Virtual Item, Satisfaction, and Internet Addiction*

## PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat ternyata membawa perubahan aktifitas bagi masyarakat. Kreativitas manusia semakin berkembang sehingga mendorong diperolehnya temuan-temuan baru dalam teknologi yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana peningkatan kesejahteraan umat manusia (Jurate dan Agne, 2015).

Di Indonesia, *game online* mulai berkembang di pertengahan 90-an, saat *game* nexian beredar. Salah satu *game online* yang sangat disukai adalah Ragnarok. Menurut Juho, *et. al.* (2015), pemain dapat menciptakan karakter sesuai dengan keinginan, bahkan terkadang sifat pemain dapat tercermin dalam karakter yang diciptakannya sendiri. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi internet, *game online* juga mengalami perkembangan yang pesat. Di pasaran muncul berbagai jenis permainan *online* seperti *Counter Strike*, *Point Blank*, *Three Kingdom online*, *PUBG* dan *Mobile Legend* (Juho, *et. al.*, 2015).

Kecanduan *game online* yang dialami pada masa remaja, dapat mempengaruhi aspek sosial remaja dalam menjalani kehidupan sehari-hari, karena banyaknya waktu yang dihabiskan di dunia maya mengakibatkan remaja kurang berinteraksi dengan orang lain dalam dunia nyata. Hal ini tentunya mempengaruhi kegiatan sosial yang biasa dilakukan oleh kebanyakan orang lain.

Dengan adanya efek *game online* di atas, *game* pun mulai dianggap sebagai sesuatu yang addict. Para gamers mampu duduk berlama-lama demi *game* dan bertahan disana tanpa menginginkan suatu gangguan yang mampu memecah konsentrasinya dalam bermain *game online* tersebut. Beberapa kasus tercatat, terdapat beberapa gamers yang addicted dengan *game online* ini menghabiskan waktu sia-sia demi *game* tersebut dan bersedia untuk tidak mandi, makan, apalagi untuk bekerja serta melaksanakan tugas yang merupakan kewajibannya (Zhengchuan, *et. al.*, 2012).

Kecanduan *game* sering dianggap sama dengan kecanduan judi (Searle, *et. al.*, 2008) meskipun perbandingan itu juga telah dikritik. Yong-Qiang, *et. al.*, (2017) berpendapat bahwa kecanduan judi dan hasil negatifnya terkait erat dengan kalah atau menang uang saat menggunakan *game online* biasanya tidak melibatkan ancaman kehilangan sejumlah besar uang dan masalah-masalah berikutnya yang mungkin diakibatkan oleh kerugian. Yong-Qiang, *et. al.*, (2017) juga mengkritik penggunaan istilah "kecanduan" menggambarkan permainan yang berlebihan, karena menurutnya paling berlebihan pemain tidak memainkan *game digital* karena kecanduan *game* ini tetapi sebagai sarana melarikan diri dari masalah dunia nyata. Oleh karena itu, apa yang dianggap beberapa perilaku kecanduan bermain *game digital* mungkin hanya menjadi penanda kesulitan yang berhubungan dengan kehidupan "dunia nyata" yang tidak terkait keadaan.

Persepsi adalah tanggapan atau rasa yang bersifat subjektif yang dirasakan seseorang (Yong-Qiang, *et. al.*, 2017), semakin baik rasa senang yang dirasakan oleh gamers maka akan semakin sulit untuk berhenti bermain. Adanya kemudahan dalam melakukan akses terhadap internet terutama dalam sisi kecepatan dan stabilitas jaringan akan mendorong gamers untuk semakin lama bermain *game online*, demikian juga saat kecepatan menurun dan jaringan tidak stabil membuat gamers online akan meninggalkan permainan yang sedang dilakukan (Searle, *et. al.*, 2008). Kepuasan adalah kesesuaian antara yang diinginkan seorang gamers dalam memainkan permainan dengan kondisi sesungguhnya pada saat memainkan *game* secara online (Searle, *et. al.*, 2008). Dari pendapat tersebut terlihat bahwa kesenangan bermain yang dirasakan oleh gamers akan menjadi pendorong internet addiction, dan hal tersebut akan semakin menguat saat gamers merasakan suatu kepuasan pada saat memainkan *game online* tersebut.

Kepuasan bermain yang dirasakan oleh gamers antara lain dipengaruhi oleh jumlah kemenangan yang diraih, semakin banyak kemenangan yang diperoleh maka tingkat kepuasan bermain akan semakin baik. Pada *game online*, kepuasan bermain dapat ditingkatkan dengan intensitas pembelian virtual item. Intensi pembelian menurut Peter dan Olson (2002)

memberikan batasan intensi pembelian sebagai suatu rangkaian aktivitas yang melibatkan perhatian individu sebelum sampai pada keputusan membeli. semakin baik kontrol perilaku seseorang akan membuat kendali terhadap tindakan yang dilakukan, kontrol perilaku juga mendorong kepuasan seorang gamers dalam memainkan game yang menjadi pilihan

Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

- Apakah persepsi kesenangan bermain berpengaruh terhadap internet addiction dimediasi kepuasan bermain?
- Apakah intensi pembelian virtual item berpengaruh terhadap internet addiction dimediasi kepuasan bermain?
- Apakah persepsi kesenangan bermain berpengaruh terhadap internet addiction?
- Apakah intensi pembelian virtual item berpengaruh terhadap internet addiction?
- Apakah kepuasan bermain berpengaruh terhadap internet addiction?

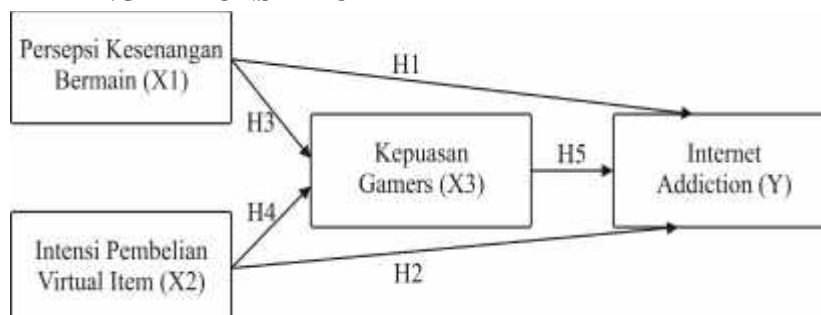
Tujuan penelitian ini antara lain :

- Mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap kepuasan gamers.
- Mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh intensi pembelian virtual items terhadap kepuasan gamers.
- Mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap internet addiction.
- Mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh intensi pembelian virtual item terhadap internet addiction.
- Mengetahui dan menganalisis signifikansi pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap kepuasan gamers.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi responden yang merupakan *gamers* dari *PUBG* dan *Mobile Legend* yang hingga saat penelitian ini masih bermain *PUBG* dan *Mobile Legend*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan teknik pengembangan instrmen menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang tentang fenomena sosial. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*, yaitu pengambilan sample berdasarkan kebetulan yaitu peneliti secara acak menyebarkan kuisisioner dengan menggunakan smartphone. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*).

## KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1  
Kerangka konseptual

## HIPOTESIS

- H<sub>1</sub> : Persepsi kesenangan bermain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *gamers*  
 H<sub>2</sub> : Intensi Pembelian Virtual Item berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *gamers*  
 H<sub>3</sub> : Persepsi kesenangan bermain berpengaruh signifikan terhadap *internet addiction*  
 H<sub>4</sub> : Intensi Pembelian Virtual Item berpengaruh signifikan terhadap *internet addiction*  
 H<sub>5</sub> : Kepuasan Gamers berpengaruh signifikan terhadap *internet addiction*

## HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian data dekriptif dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari 100 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 63% dan perempuan 37%. Responden terbanyak pada usia kurang dari 20 tahun, dan responden memainkan kedua game baik PUBG maupun Mobile Legend (36%).

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

Hasil uji validitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  setiap pernyataan lebih besar dari pada nilai  $r_{tabel}$ , artinya semua item pernyataan mampu mengukur variabel telah memenuhi syarat uji validitas.

#### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 1

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Ket
PersKes Bermain	0,711	0,60	Reliabel
Intensi Beli VI	0,709	0,60	Reliabel
Kepuasan Gamers	0,733	0,60	Reliabel
<i>Internet addiction</i>	0,641	0,60	Reliabel
PersKes Bermain	0,711	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2020

Hasil uji nilai Crochbach's Alpha < 0,06 artinya jawaban responden sudah konsisten dan semua konstruk reliabel.

#### Uji Linieritas

Hasil uji linieritas dapat diketahui bahwa nilai  $c^2$  sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari nilai  $c^2$  tabel sebesar 0,779, hal ini menunjukkan bahwa garis X dan Y adalah membentuk garis linier, artinya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier (garis lurus).

#### Hasil Uji t

Hasil uji t dalam penelitian ini ditunjukkan sebagai berikut:

Uji t Persamaan 1

Tabel 2

Hasil Hipotesis Persamaan 1

Variabel	t	Sig	Ket
Persepsi Kesenangan	-0,528	0,599	H <sub>1</sub> ditolak
Intensi Pembelian	7,465	0,000	H <sub>2</sub> diterima

Sumber: Data primer diolah, 2020

Keterangan : t<sub>tabel</sub> sebesar 1,988

Hasil uji t untuk variabel persepsi kesenangan bermain diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,599 >$  , maka hipotesis 1 **ditolak**. Artinya bahwa persepsi kesenangan bermain berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan gamers.

Hasil uji t untuk variabel intensi pembelian virtual item diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 <$  , maka hipotesis 2 **diterima**. Artinya bahwa intensi pembelian virtual item berpengaruh signifikan terhadap kecanduan internet.

Uji t Persamaan 2

Tabel 3

Hasil Hipotesis Persamaan 2

Variabel	t	Sig	Ket
Persepsi Kesenangan	-0,862	0,391	H <sub>1</sub> ditolak
Intensi Pembelian	1,041	0,968	H <sub>1</sub> ditolak
Kepuasan Gamers	-0,033	0,973	H <sub>1</sub> ditolak

Sumber: Data primer diolah, 2020

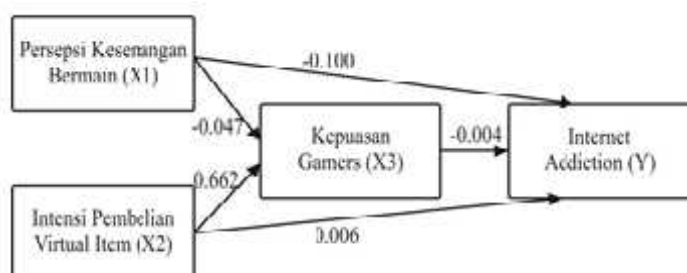
Keterangan : t<sub>tabel</sub> sebesar 1,988

Hasil uji t untuk variabel persepsi kesenangan bermain diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,391 >$  , maka hipotesis 3 **ditolak**. Artinya bahwa persepsi kesenangan bermain berpengaruh tidak signifikan terhadap kecanduan internet.

Hasil uji t untuk variabel persepsi kesenangan bermain diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,968 >$  , maka hipotesis 4 **ditolak**. Artinya bahwa persepsi kesenangan bermain berpengaruh tidak signifikan terhadap kecanduan internet.

Hasil uji t untuk variabel persepsi kepuasan gamers diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,973 >$  , maka hipotesis 5 **ditolak**. Artinya bahwa kepuasan gamers berpengaruh tidak signifikan terhadap kecanduan internet

### Pengaruh langsung dan tidak langsung



Gambar IV. 1  
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Gambar 2

Pengaruh langsung dan tidak langsung

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa pengaruh langsung persepsi kesenangan bermain berpengaruh terhadap *internet addiction*, dengan nilai koefisien sebesar -0,100, pengaruh langsung intensi pembelian virtual item berpengaruh terhadap *internet addiction*, dengan nilai koefisien sebesar 0,006. Pengaruh tidak langsung persepsi kesenangan bermain terhadap *internet addiction*, melalui kepuasan *gamer* dengan nilai koefisien sebesar -0,047. Pengaruh tidak langsung intensi pembelian virtual item berpengaruh terhadap *internet addiction*, melalui kepuasan *gamer* dengan nilai koefisien sebesar 0,662.

### Uji Koefisien Determinasi

Nilai R<sup>2</sup> total sebesar 0,418 dapat diartikan bahwa internet addiction pemain game online dijelaskan oleh variabel persepsi kesenangan bermain, intensi pembelian virtual items, dan kepuasan gamers sebesar 41,80% dan sisanya 58,20% dijelaskan lain diluar model penelitian, misalnya harga items, kualitas produk, kecepatan jaringan internet.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Persepsi Kesenangan Bermain Terhadap Kepuasan *Gamer*.

Hasil uji menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap kepuasan gamers sebesar -0,528 dengan signifikan 0,599. Hal ini artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara persepsi kesenangan bermain dengan kepuasan gamers, sehingga hipotesis 1 yang menyatakan bahwa persepsi kesenangan bermain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan gamers tidak terbukti.

Hasil penelitian sebelumnya memberikn hasil berbda dengan penelitian ini dikemukakan oleh Rina (2017); Sun, et al (2017); Carras et al, (2018); Lu dan Wang (2019) membuktikan bahwa persespi kesenangan bermain berpengaruh terhadap kepuasan *gamers*. Semakin tinggi persepsi kesenangan yang diperoleh pemain maka tingkat kepuasan yang dirasakan juga akan semakin tinggi.

Hasil penelitian memberikan implikasi bahwa developer gamer diharapkan dapat meningkatkan kesenangan bermain yang dirasakan untuk meningkatkan kepuasan bermain dari para *gamers*, dan tidak berfokus terhadap fitur pendukung lainnya. Semakin senang seorang *gamers*, memainkan permainan maka kepuasan yang juga akan semakin tinggi.

### 2. Pengaruh Intensitas Pembelian Virtual Item Terhadap Kepuasan *Gamers*.

Hasil uji menunjukkan bahwa pengaruh intensi pembelian virtual item terhadap kepuasan gamers sebesar 7,465 dengan signifikan 0,000. Hal ini artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensi pembelian virtual item dengan kepuasan gamers, sehingga hipotesis 2 yang menyatakan bahwa intensi pembelian virtual item berpengaruh signifikan terhadap kepuasan gamers terbukti.

Selain itu, hasil yang diperoleh pada penelitian ini bahwa intensi pembelian virtual item berpengaruh terhadap kepuasan gamers juga diperoleh pada penelitian yang dilakukan oleh Carras et al, (2018); Lu dan Wang (2019).

Dari pengembang game, hasil peneltian yang menunjukkan bahwa intensi pembelian virtual item memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan gamers, memberikan implikasi untuk semakin banyak mengeluarkan produk vrtual item, dengan harga yang lebih murah. Dengan semakin beragam pilihan virtual item yang dapat dibeli maka kepuasan gamers, akan semakin tinggi.

### 3. Pengaruh Persepsi Kesenangan Bermain Terhadap *Internet addiction*.

Hasil uji menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap *internet addiction* sebesar -0,862 dengan signifikan 0,391. Hal ini artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara persepsi kesenangan bermain dengan *internet addiction*, sehingga hipotesis 3 yang

menyatakan bahwa persepsi kesenangan bermain berpengaruh signifikan terhadap *internet addiction* tidak terbukti

Hasil ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rina (2017), dan Lu and Wang (2019), yang menyatakan bahwa persepsi kesenangan yang semakin kuat yang dirasakan oleh gamer akan mempercepat atau memperkuat seorang gamers menjadi *internet addiction*.

Artinya kesenangan bermain akan mempengaruhi kecanduan pada *gamers*. Hasil penelitian Lu dan Wang, (2019) membuktikan bahwa kesenangan bermain berpengaruh terhadap *internet addiction*. Hasil yang menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan persepsi kesenangan bermain terhadap *internet addiction* memberikan implikasi bahwa seorang gamer, tidak selalu seorang yang kecanduan internet, hal ini akan memberikan implikasi bahwa persepsi kesenangan bermain dapat ditngkakan dengan melakukan pemasaran/ memasang iklan yang relevan langsung pada game yang sedang dimainkan.

#### 4. Pengaruh Intensi Pembelian Virtual Item Terhadap *Internet addiction*.

Hasil uji menunjukkan bahwa pengaruh intensi pembelian virtual item terhadap *internet addiction* sebesar 0,041 dengan signifikan 0,968. Hal ini artinya terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara intensi pembelian virtual item dengan kepuasan gamers, sehingga hipotesis 4 yang menyatakan bahwa intensi pembelian virtual item berpengaruh signifikan terhadap kepuasan gamers tidak terbukti

Artinya intensi pembelian *virtual items*, akan mempengaruhi *internet addiction*. Hasil penelitian McLean dan Griffiths, (2019) membuktikan bahwa intensi pembelian *virtual items* berpengaruh terhadap *internet addiction*, sehingga teori yang dikemukakan pada bab sebelumnya sejalan dengan penelitian ini.

Hasil yang menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan intensi pembelian virtual terhadap *internet addiction* memberikan implikasi bahwa seorang gamer, tidak selalu seorang yang kecanduan internet, hal ini akan memberikan implikasi bahwa intensi pembelian virtual item dapat ditingkakan dengan melakukan pemasaran/ memasang iklan yang relevan langsung pada game yang sedang dimainkan.

#### 5. Pengaruh Kepuasan *Gamers* Berpengaruh Terhadap *Internet addictions*

Hasil uji menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan gamers terhadap *internet addiction* sebesar -0,033 dengan signifikan 0,973. Hal ini artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara kepuasan gamers dengan *internet addiction*, sehingga hipotesis 5 yang menyatakan bahwa kepuasan gamers berpengaruh signifikan terhadap *internet addcition* tidak terbukti

Kepuasan adalah kesesuaian antara yang diinginkan seorang *gamers* dalam memainkan permainan dengan kondisi sesungguhnya pada saat memainkan *game* secara *online* (Devin, *et., al.*, 2019). Artinya kepuasan *gamers*, akan mempengaruhi *internet addcition*. Hasil penelitian Devin, *et., al.*, (2019) membuktikan bahwa kepuasan *gamers* berpengaruh terhadap *internet addiction*. Hasil tersebut juga diperkuat oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Sun, *et al* (2017); Carras *et al*, (2018); Lu dan Wang (2019).

Hasil yang menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan kepuasan bermain terhadap *internet addiction* memberikan implikasi bahwa seorang gamer, tidak selalu seorang yang kecanduan internet, hal ini akan memberikan implikasi bahwa persepsi kesenangan bermain dapat ditngkakan dengan melakukan pemasaran/ memasang iklan yang relevan langsung pada game yang sedang dimainkan.

---

---

**PENUTUP****Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji t
  - a. Persepsi kesenangan bermain berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan gamers.
  - b. Intensi pembelian virtual item berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan gamers.
  - c. Persepsi kesenangan bermain berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *internet addiction*.
  - d. Intensi pembelian virtual item berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *internet addiction*.
  - e. Kepuasan gamers berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *internet addiction*.
2. Hasil uji secara serempak (Uji F) pada persamaan kedua diketahui besarnya nilai  $F = 0,311$  dengan tingkat signifikansi  $0,817 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *internet addiction*.
3. Nilai  $R^2$  total sebesar 0,418 dapat diartikan bahwa *internet addiction* pemain game online dijelaskan oleh variabel persepsi kesenangan bermain, intensi pembelian virtual items, dan kepuasan gamers sebesar 41,80% dan sisanya 58,20% dijelaskan lain diluar model penelitian, misalnya harga items, kualitas produk, kecepatan jaringan internet
4. Intensi pembelian virtual items merupakan variabel paling dominan dalam meningkatkan *internet addiction*, bagi *gamer online* di Surakarta.
5. Hasil Analisis Jalur Menunjukkan
  - a. Pengaruh langsung persepsi kesenangan bermain terhadap *internet addiction* lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap *internet addiction* lebih efektif melalui jalur langsung.
  - b. Pengaruh langsung intensi pembelian virtual items terhadap *internet addiction* lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan pengaruh persepsi kesenangan bermain terhadap *internet addiction* lebih efektif melalui jalur tidak langsung

**Saran**

Berdasarkan keterbatasan dan kelemahan yang ada dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Selain menggunakan kuesioner secara tertulis bias ditambahkan dengan menggunakan wawancara atau interview.
2. Saran untuk perguruan tinggi lebih mengembangkan keilmuan pendalaman materi maupun skil, atau bisa juga mengadakan seminar yang berhubungan dengan anggaran di lembaga pelayanan.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan melaksanakan penelitian dengan responden yang lebih luas agar penelitian dapat digunakan secara universal

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agyapong, Gloria K.Q. 2011. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry—A Case of Vodafone (Ghana). *www.ccsenet.org/ijbm International Journal of Business and Management*, 6 (5), 203-210.
- Babbie, Earl. 2014. *The Basics of Social Research (6th ed.)*. Belmont, California: Wadsworth Cengage

- Ching-I Teng. 2010. Customization, immersion satisfaction, and *online gamer* loyalty. *Computers in Human Behavior* 26 (2010) 1547–1554
- Creswell, John. 2016. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*. Sage
- Creswell, John. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage
- Crotty, M. 2018. *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective In The Research Process*. London: Sage
- Fisk Peter, 2014. *Marketing Genius*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Forsythe, Perry John. 2016. Counstruction Service Quality and Satisfaction for a Targeted Housing Customer. *Enggenering Construction and Architectural Management, Vol 23 Iss 3-pp-1-33*
- Ghozali, Imam. 2018. *Apalikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: FEB Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. 2015. *Basic Econometrics, International Edition, Ed 4th*. New York: McGraw-Hill Higher Edocation.
- Hardle, Wolfgang dan Leopold Simar. 2013. *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Berlin: Method & Data Technologies.
- Ho, Robert. 2016. *Handbook of Univariate and Multivariate Data Analysis and Interpretation with SPSS*. Boca Raton: Chapman & Hall/ CRC
- Im Hong Lai, Dan J. Kim, dan Eui Jun Jeong. 2016. *Online Digital Game Addiction: How Does Social Relationship Impact Game Addiction. Twenty-second Americas Conference on Information Systems, San Diego*.
- Juho Hamari, Lauri Keronen, dan Kati Alha. 2015. Why Do People Play Games? A Review of Studies on Adoption and Use. *48th Hawaii International Conference on System Sciences*
- Jurate Banyte dan Agne Gadeikiene. 2015. The effect of consumer motivation to play games on video gameplaying engagement. *Procedia Economics and Finance* 26 (2015) 505 – 514.
- Kothari C., R. 2014. *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Delhi. New Age International (P) Limited, Publishers
- Mastuti, Putrisari. 2013. *Service Quality dan Pelayanan Publik*. Bandung: Era Pustidaka
- Merikivi J., Tuunainen V. Dan Duyen N. 2017. What makes continued mobile gaming enjoyable? *Computers in Human Behavior*, doi: 10.1016/j.chb.2016.11.070.
- Mokhlis, Safiek. 2012. The Influence of Service Quality on Satisfaction: A Gender Comparison. *Public Administration Research; Vol. 1, No. 1; 2012. ISSN 1927-517x E-ISSN 1927-5188, 103-112*.
- Nur dan Rini Risnawati. 2011. *Teori-Teori Psikologi*. Jakarta: Ar-ruzz
- Panuju, Panut dan Ida Umami. 2017. *Psikologi Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sarwono Prawirohardjo. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustidaka Belajar.

Searle Huh, Nicholas David Bowman, and Michigan State University. 2008. Perception of and Addiction to *Online Games* as a Function of Personality Traits. *Journal of Media Psychology*, V 13, No. 2, Spring, 2008

Sugiyono. 2017. *Analisis Kualitatif, Kuantitatif dan HR*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Edisi kedua*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Tambunan, Putri Rahmayanti dan Suryawardani, Bethani. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE Perwakilan Kawaluyaan Tahun 2014. *ISSN 2252- 8520. Jurnal Banking and Management Review*, 4(2).

Yong-Qiang Sun, Yang Zhao, Shi-Qi Jia, dan Ding-Yi Zheng. 2017. Understanding The Antecedents Of Mobile *Game* Addiction: The Roles Of Perceived Visibility, Perceived Enjoyment And Flow. [http://www.gameres.com/msg\\_250452.html](http://www.gameres.com/msg_250452.html)

Zhengchuan Xu, Ofir Turel, dan Yufei Yuan. 2012. *Online game addiction* among adolescents: motivation and prevention factors. *European Journal of Information Systems* (2012) 21, 321–340

### **Internet**

<http://www.nacada.ksu.edu/clearinghouse/advisingissues/gameraddiction.htm>, diunduh tanggal 02 Agustus 2019, jam 08.30 WIB

<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2019/07/06/gamer-indonesia-diprediksi-capai-34-juta-orang-428379>, di unduh tanggal 05 Agustus 2019, jam 02.13

<https://www.tek.id/insight/jumlah-gamer-di-indonesia-capai-100-juta-di-2020-b1U7v9c4A>, di unduh tanggal 05 Agustus 2019, jam 02.13)