

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kepuasan pemain pada niat beli yang dimiliki pemain melalui 9 variabel GUESS. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan survey daring. Metode pengambilan sampel menggunakan metode kedekatan, bertujuan untuk menarget masyarakat yang berdomisili di Indonesia dengan usia 18-64 tahun, dan setidaknya pernah bermain 10 jam akumulatif salah satu dari permainan yang diujikan. Sebanyak 152 responden berpartisipasi dalam penelitian ini.

Metode analisis data dari penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan dua model penelitian. Model pertama menjelaskan hubungan 9 variabel pada kepuasan, dan model kedua menjelaskan hubungan kepuasan pada niat beli. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keterhanyutan psikologis dalam permainan memiliki pengaruh negatif pada kepuasan pemain pada model pertama. Sementara kemudahan penggunaan, narasi, kegembiraan, kebebasan kreativitas, keindahan audio, gratifikasi personal, konektivitas sosial, dan keindahan visual berpengaruh positif pada kepuasan dan niat beli, dengan kepuasan sebagai variabel moderasinya.

Kata kunci: kepuasan pemain, niat beli pemain, niat beli pemain, GUESS, kemudahan penggunaan, narasi, keterhanyutan psikologis dalam permainan, kegembiraan, kebebasan kreativitas, keindahan audio, gratifikasi personal, konektivitas sosial, keindahan visual

ABSTRACT

The purpose of this research was to investigate player's satisfaction effect on player's purchase intention through 9 variable of GUESS. This research was a quantitative research, using online survey as means to collect its data. Data collection was done using convenient sampling, aimed to reach people who lives in Indonesia, aged between 18-64, and at least played accumulatively 10 hours of the tested video game. Total of 152 respondent participated in this research.

The hypotheses were examined using linear multiple regression and two separate model. First model shows the relation of 9 tested variable to player's satisfaction, and the second model shows the relation of player's satisfaction to player's purchase intention. The result shows that play engrossment have a negative effect on player's satisfaction. This research discovered that usability/playability, narration, enjoyment, creativity freedom, audio aesthetic, personal gratification, social connectivity, and visual aesthetic have positive effect on player's satisfaction and player's purchase intention, with player's satisfaction as its moderating variable.

Keyword: *player's satisfaction, player's buying intention, GUESS, usability/playability, narration, play engrossment, enjoyment, creativity freedom, audio aesthetic, personal gratification, social connectivity, visual aesthetic.*