

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Internet kini telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Internet sering digunakan untuk komunikasi, berinteraksi, mengelola bisnis, dan bahkan hiburan, termasuk bermain *game* berbasis *online*. *Game Online* menurut (Yulius, 2017) adalah permainan yang melibatkan satu atau lebih pemain yang dalam sebuah permainan melalui koneksi internet (Prandini & Telagawathi, 2021:295). Artinya, *Game Online* merupakan permainan yang mana pemain bermain berinteraksi menggunakan koneksi internet. Aksesibilitas internet yang luas telah membuat permainan interaktif ini semakin populer di kalangan pemain dari segala usia, termasuk anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Jenis *video games* yang dikenal sebagai *Game Online* hanya dapat dimainkan di perangkat yang terhubung ke internet. Pertumbuhan *Game Online*, yang sekarang lazim di komputer dan ponsel, mendapatkan perhatian semua orang.

*Game online* sudah memasuki puncak popularitasnya di Indonesia, terutama dalam 3 tahun terakhir. Semakin terjangkaunya akses internet membuat *Gamers* dengan mudah mengakses *game* kesayangannya dimana saja dan kapan saja. Hal ini menjadi faktor utama yang membuat *game online* semakin populer di Indonesia. Selain itu, faktor pandemi *COVID-19* juga berpengaruh positif bagi perkembangan industri digital, khususnya *Game Online*. Berdasarkan laporan *We Are Social*, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pemain *video game* terbanyak ketiga di dunia. Laporan tersebut mencatat ada 94,5% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia yang memainkan *video game* per Januari 2022 (katadata.co.id, 2022).

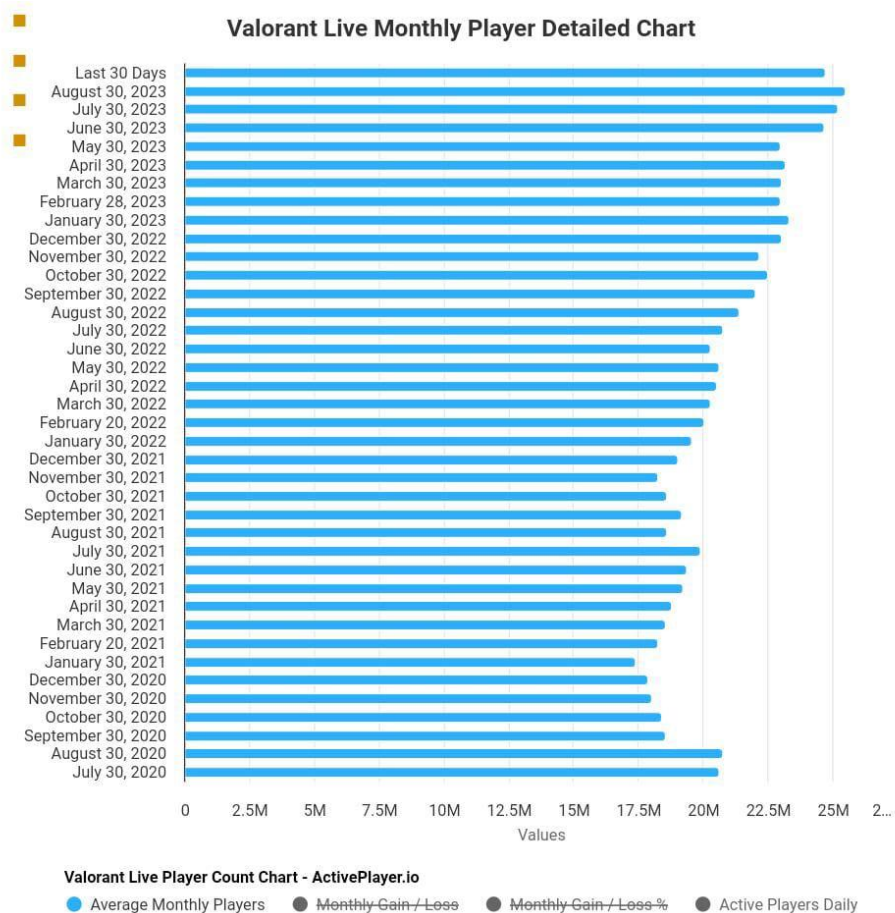
Selama pandemi, bermain *game* menjadi aktivitas pengisi waktu luang untuk menghilangkan rasa bosan selama di rumah. Kondisi pandemi bukan hanya membatasi mobilitas dan ekonomi masyarakat, melainkan juga kebiasaan bersosialisasi masyarakat pun juga sedikit dibatasi dengan adanya pandemi. Oleh karena itu, *game online* dengan beragam fitur pertemanan menjadi salah satu solusi. Banyak pemain yang mencoba tetap berkomunikasi dengan teman-temannya di dalam *game*, ada pula yang mencari dan membangun pertemanan baru di dalam *game*.

VALORANT adalah salah satu *Game Online* yang sedang naik daun saat ini. VALORANT adalah *game FPS* (First Personal Shooter) yang dikembangkan dan dirilis pada 2 Juni 2020 oleh Riot Games, Developer *game* yang berbasis di Amerika Serikat. Pemain akan berperan sebagai salah satu agen dalam *Game* ini. Agen yang dimaksud adalah karakter yang akan digunakan pemain dalam *game*. Riot Games mendesain agen-agen berdasarkan budaya dan negara yang ada di dunia. Setiap agen dibekali 3 *skill* unik, serta 1 *skill ultimate* yang membutuhkan pengisian melalui membunuh pemain musuh, kematian, memasang dan menjinakkan bom yang bernama *Spike*.

Permainan dimulai dengan dua kelompok yang masing-masing terdiri dari 5 pemain berjuang untuk tujuan utama mereka, baik itu untuk menanam bahan peledak atau menjinakkan peledak tersebut. Selama pertarungan, setiap pertandingan akan berlangsung selama 24 ronde, dimana kelompok yang memenangkan 13 ronde awal akan keluar sebagai pemenang. Setelah pertandingan melewati 12 ronde, tim yang awalnya berposisi sebagai *Attacker* akan berpindah ke posisi *Defender*, begitu pula sebaliknya. Setiap ronde, pemain diberikan satu nyawa

untuk menanam atau menjinakkan peledak. Kemenangan juga bisa diraih dengan mengalahkan semua karakter lawan, selain bermain dengan peledak.

Gambar 1.1 Statistik pengguna Game VALORANT



Sumber : *active player.com*, 2023

VALORANT tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan atensi yang luar biasa dari komunitas pecinta *game*. Seiring dengan semakin populernya *game* besutan Riot Games ini, jumlah pemain VALORANT di seluruh dunia meningkat pesat, sejak diluncurkan pada tahun 2020. Berdasarkan data statistik dari situs *active player* per Agustus 2023, jumlah pemain VALORANT hampir mencapai 24 juta pemain aktif dengan total *user* perharinya mencapai 770 ribu *user*. Di Indonesia, VALORANT telah menjadi game FPS terpopuler

mengalahkan pesaingnya seperti CS:GO dan Call Of Duty. Berbagai ajang besar telah banyak diselenggarakan sebagai wujud antusiasme komunitas VALORANT di Indonesia, salah satunya Turnamen VCT( Valorant Champions Tour) Challengers Indonesia Split 2 pada Mei 2023 silam. Hal ini menandakan begitu besarnya komunitas VALORANT yang tumbuh di Indonesia.

Ada banyak faktor yang membuat VALORANT begitu banyak peminatnya, salah satunya *game* ini memberikan kesan yang unik dan berbeda dari *game* FPS lainnya karena di dalam *game* ini pemain bisa menggunakan karakter dengan *skill* yang unik dan menggunakan strategi *Game* FPS yang biasanya melibatkan berbagai peta dan model senjata yang berbeda-beda. VALORANT juga menyediakan produk *virtual* yakni *skin* yang beragam, tetapi hanya tersedia pada *Weapons* atau senjata saja. Berbagai tema-tema yang unik, dan juga penuh warna selalu dihadirkan oleh Riot Games demi menarik minat pemain untuk mengoleksi berbagai *skin* senjata yang ada di VALORANT. Meskipun terkadang hanya berlaku untuk tipe senjata tertentu, namun variasi *skin* yang dihadirkan sangatlah menarik dan tidak membosankan. Hal ini yang membuat para pemain rela mengeluarkan uang yang banyak untuk bisa memiliki dan mengoleksi *skin-skin* terbaik yang ada di dalam VALORANT. Pemain bisa melakukan pembelian yang tersedia dalam fitur *store* dalam *game*. *Skin* tersebut termasuk ke dalam kategori premium, secara otomatis hanya bisa dibeli dengan VALORANT *Points* (VP) saja. Untuk mendapatkan VP, pemain bisa melakukan *top up* menggunakan uang riil.

Terdapat 5 kategori *skin* yang ada di VALORANT, mulai dari kategori *Select*, *Deluxe*, *Premium*, *Exclusive*, dan *Ultra*. Kategori *Select* merupakan *skin* termurah

di VALORANT yang tidak menghadirkan fitur animasi dan efek suara khusus. Biasanya hanya skin sederhana dengan desain yang simpel. Kategori *Deluxe* hampir sama dengan kategori *Select*, namun memiliki desain yang lebih baik dan lebih meriah. Pada kategori *Premium*, *skin* sudah dikemas dengan fitur animasi dan efek suara khusus yang cukup untuk memanjakan mata pemain. Kategori ini merupakan kategori terbanyak yang ada di VALORANT. Pada kategori *Exclusive*, senjata memiliki desain yang pada dasarnya tidak mirip lagi dengan yang aslinya. Kategori ini juga telah dilengkapi banyak fitur, seperti, efek suara, animasi dan masih banyak lagi. Kategori *Ultra* merupakan kategori termahal yang ada di VALORANT. Kategori ini penuh dengan animasi dan desain yang sangat memanjakan mata.

VALORANT menghadirkan berbagai *skin* senjata yang kreatif dengan tujuan agar pemain mendapatkan sensasi bermain yang menyenangkan dan memberikan pengalaman yang lebih menarik. Dengan berbagai fitur dan desain yang ada, developer berharap pemain mendapatkan kepuasan pada diri sendiri. Kepuasan yang mereka dapatkan bisa membantu pembentukan karakter seseorang menjadi lebih percaya diri dalam kehidupannya. Meskipun untuk mendapatkannya membutuhkan usaha yang lebih, pemain tetap tertarik untuk membelinya dan rela membayar mahal untuk itu. Hal ini menunjukkan kesetiaan para pemain terhadap VALORANT karena ekspektasi mereka selalu terpenuhi, bahkan terlampaui.

Gambar 1.2 VALORANT Champions 2022 Bundle Skin



Sumber : *playvaloran.com*, 2023

Berkat antusiasme pemain dengan produk virtual yang dihadirkan, Pendapatan Riot Games dari penjualan *skin* VALORANT terbilang fantastis. Salah satunya, Riot Games merilis *Bundle Skin VALORANT Champions 2022* eksklusif pada 22 Agustus 2022 lalu dengan harga 6.167 VP atau sekitar 750 Ribu Rupiah. Tidak sedikit pemain yang tertarik untuk mendapatkan skin ini walaupun harus mengeluarkan biaya yang mahal. Bahkan Menurut situs resmi VALORANT, *Bundle Skin VALORANT Champions 2022* ini berhasil terjual hingga lebih dari 16 juta USD atau sekitar 240 Miliar Rupiah lebih (*playvaloran.com*, 2022). Hal ini membuktikan bahwa pemain memiliki antusiasme yang sangat tinggi untuk membeli produk *virtual* yang ditawarkan oleh developer. Para pemain dengan sukarela mengeluarkan uang yang banyak untuk bisa memiliki dan mengoleksi *skin* ini demi mendapatkan kepuasan dalam permainan. Oleh karena itu, fenomena ini menarik untuk diteliti terkait seberapa puas konsumen dalam menikmati produk *virtual* yang dihadirkan dalam *game* tersebut, mengingat industri *game* sedang mengalami peningkatan, serta antusiasme yang tinggi dari pemain itu sendiri.

**Tabel 1.1 Top Grossing Platform PC per September 2022**

No	Game Title	Publisher
1	Minecraft	Mojang Studios
2	Fortnite	Epic Games
3	League Of Legends	Riot Games
4	ROBLOX	Roblox Corporation
5	VALORANT	Riot Games
6	Counter-Strike: Global Offensive	Valve
7	Grand Theft Auto V	Rockstar Games
8	Call Of Duty: Modern Warfare/Warzone	Activision Publishing
9	Apex Legends	Electronic Arts
10	Cyberpunk 2077	CD PROJEKT RED

Sumber : Newzoo.com, 2023

VALORANT berhasil melampaui pendapatan pesaing terdekatnya, *Counter-Strike: Offensive Global (CS:GO)* melalui pembelian barang-barang *virtual*. Selain itu, untuk pertama kalinya sejak rilis Juni 2020, VALORANT mengungguli CS:GO dan *Call Of Duty* untuk menjadi game FPS platform PC terlaris. Menurut data, VALORANT menduduki peringkat kelima dari *Top Grossing platform PC* untuk bulan September 2022. Angka ini cukup luar biasa karena mampu mengungguli *Call of Duty* dan rival terdekatnya, CS:GO. Tidak hanya itu, untuk pertama kalinya sejak diluncurkan pada Juni 2020, VALORANT menjadi game FPS terlaris di Platform PC mengalahkan CS:GO dan *Call Of Duty*. Tercatat VALORANT menempati peringkat 5 dari *Top Grossing platform PC* bulan September 2022. Angka tersebut terbilang luar biasa, karena berhasil menyalip nama-nama besar

seperti *Call Of Duty*, ataupun pesaing terdekatnya yaitu CS:GO (Newzoo.com, 2022).

Menurut (Griffths, 2015) Alasan mengapa beberapa orang ingin membeli produk-produk *virtual* karena produk *virtual* dapat meningkatkan status sosial meskipun tidak memiliki potensi untuk memperkuat karakter dalam permainan (Prandini & Telagawathi, 2021:295). Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan adanya beberapa Faktor yang membuat orang tertarik membeli produk virtual di dalam sebuah *game*, antara lain:

1. Adanya item eksklusif (*Limited Edition*). Developer merilis item edisi terbatas yang nantinya tidak akan tersedia lagi di *event* berikutnya. Mereka menggunakan ide investasi karena mereka percaya bahwa pembelian barang virtual *limited* akan mahal di kemudian hari. Contohnya seperti *Bundle Skin VALORANT Champions 2022* tadi. Item ini hanya dirilis pada saat kejuaraan dunia VALORANT dilaksanakan, yaitu dari 31 Agustus – 18 September 2022. Setelah itu, item ini tidak akan rilis kembali.

**Tabel 1.2 Keterangan Item Champions 2022 Bundle Collection**

Item	Kategori	Harga (ingame)	Harga riil
Champions 2022 Bundle Collection	Exclusive	6167 VP	Rp. 750.000

Sumber: *playvaloran.com*, 2023

2. Beberapa orang percaya bahwa membeli produk virtual *Game Online* dapat meningkatkan prestise seseorang. Rasa prestise timbul pada saat seseorang mendapatkan pengakuan di lingkungannya. Bermain *gameonline* dengan efek tertentu dan memiliki peringkat yang tinggi merupakan kebanggaan tersendiri walaupun hanya berlaku dalam dunia virtual. Membeli produk virtual juga dapat



meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Kepuasan yang mereka dapatkan bisa membantu pembentukan karakter seseorang menjadi lebih percaya diri dalam kehidupannya. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Prandini & Telagawathi, 2021:295) yang menyatakan bahwa dengan membeli produk virtual, pemain merasa bangga dengan penampilan karakter yang dimainkan sehingga menaikkan status sosial mereka.

**Gambar 1.3 Tampilan Sebelum dan Sesudah menggunakan *skin***



Sumber : [playvaloran.com](http://playvaloran.com), 2023

3. Memiliki efek tambahan yang tidak membosankan. Ada hadiah tambahan berupa *visual effect* yang memanjakan pemain dan akhirnya mendorong pemain untuk melakukan pembelian. Hal ini pun juga mendorong minat pembelian berkelanjutan dengan tujuan mengaktifkan hadiah tambahan yang dapat diambil kapan saja.

**Tabel 1.3 Efek Tambahan Champions 2022 Bundle Collection**

Item	Kategori	Harga (ingame)	Hargaiil	Keterangan
Champions 2022 Bundle Collection	Exclusive	6167 VP	Rp. 750.000	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Animasi inspeksi dan <i>special effect</i> baru</li> <li>2. Flash moncong tembakan dan visual effect baru</li> <li>3. Saat megeliminsi musuh, logo Championdi skin akan bersinar emas</li> <li>4. Efek finisher baru</li> <li>5. Efek Champions Aura muncul jika pemain memiliki jumlah eliminasi terbanyak dalam permainan, senjata akan memancarkan aura emas</li> </ol>

Sumber : *playvaloran.com, 2023*

Berdasarkan faktor tersebut, tidak heran VALORANT begitu banyak diminati dikarenakan Riot Games selaku pengembang menghadirkan *gameplay* yang cukup berbeda dengan Games sejenis, dan didukung dengan berbagai *skin* senjata yang memanjakan mata, kemudian agen - agen yang memiliki *skill* yang unik membuat *game* ini menjadi menarik untuk dimainkan. Para pemain sangat menyukai pendekatan yang dilakukan oleh Developer dan mendapatkan kepuasan tersendiri dalam memainkan *Game* VALORANT. Hal ini dilakukan oleh pihak manajemen supaya pemain merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang telah diberikan dan harapannya dapat menjaring konsumen yang lebih banyak lagi.

Atrbut produk dapat memberikan gambaran yang tepat tentang produk. Atribut produk memiliki dampak yang signifikan karena merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen saat melakukan pembelian. Atribut produk dapat memberikan penggambaran yang tepat tentang produk. Atribut

produk adalah karakteristik yang terkait dengan suatu produk. Atribut produk juga merupakan faktor yang membedakan suatu produk, menambah nilai dan manfaat yang dipertimbangkan konsumen saat membuat keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2017:249). Agar berhasil membedakan satu produk dengan produk lainnya, atribut produk juga harus menarik bagi konsumen.

Kepuasan konsumen didefinisikan oleh (Kotler, 2005:70) sebagai perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kesan mereka terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan ekspektasi awal mereka (Matantu, Tampi & Mangindaan, 2020:356). Artinya, tingkat kepuasan pelanggan suatu produk didasarkan pada seberapa besar mereka menikmati hasil atau kinerjanya. Manajemen percaya bahwa kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa itu penting, sehingga berdampak pada produktivitas *Game Online* itu sendiri.

Menurut (Kotler & Keller, 2016:153), Loyalitas konsumen adalah dedikasi yang teguh untuk membeli dan membeli kembali produk atau layanan yang disukai di masa depan, terlepas dari pengaruh emosional, keadaan, atau upaya pemasaran yang dapat mengubah perilaku (Rajab & Nora, 2021:75). Kepuasan konsumen menjadi salah satu aspek yang memainkan peran penting dalam keberhasilan perusahaan. Sebuah bisnis perlu menyadari perubahan konstan dalam persyaratan dan keinginan konsumen untuk memuaskan mereka. Konsumen akan puas jika produsen dapat memproduksi barang dan jasa sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Setiap konsumen mengalami tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Perusahaan harus mempertimbangkan hal ini karena loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan ditunjukkan melalui perilaku

konsumen yang secara teratur melakukan pembelian produk secara langsung.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini ingin mengetahui kepuasan konsumen dan pada atribut produk yang ada di *Game VALORANT* serta dampaknya ke loyalitas konsumen, maka dalam penelitian ini penulis memberi judul: **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pemain Game Online VALORANT Di Kota Surabaya).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Aspek yang paling penting dari sebuah penelitian adalah rumusan masalah. Rumusan masalah diperlukan untuk menetapkan batas-batas masalah dan berfungsi sebagai panduan untuk penelitian selanjutnya. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah Atribut Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada pemain *Game online VALORANT*?
2. Apakah Atribut Produk memiliki pengaruh terhadap Loyalitas konsumen pada pemain *Game online VALORANT*?
3. Apakah Atribut Produk memiliki pengaruh terhadap Loyalitas konsumen melaluiKepuasan Konsumen pada pemain *Game online VALORANT*?
4. Apakah Kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap Loyalitas konsumen pada pemain *Game online VALORANT*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Atribut Produk terhadap

Kepuasan konsumen pada pemain *Game online* VALORANT.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada pemain *Game online* VALORANT.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada pemain *Game online* VALORANT?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas konsumen pada pemain *Game online* VALORANT.

#### **1.4 Manfaat**

Penelitian ini bermaksud untuk memberikan manfaat bagi individu yang membutuhkannya, baik dari segi teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang manajemen pemasaran, khususnya di bidang kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tujuannya adalah untuk memberikan wawasan yang berharga bagi para praktisi di lapangan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang bagaimana atribut produk mempengaruhi kepuasan konsumen dan dampak selanjutnya pada loyalitas konsumen. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dan dapat diterapkan secara praktis.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para peneliti yang akan datang untuk menekuni bidang penelitian ini.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai salah satu faktor untuk meningkatkan inovasi di masa yang akan datang.