

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

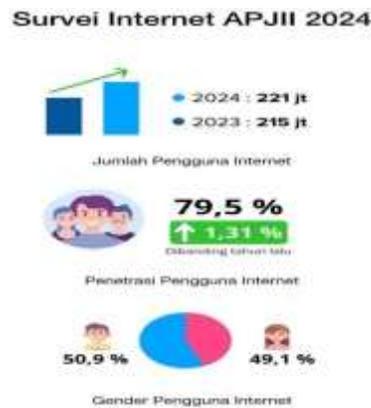
Sebagai makhluk sosial manusia bisa mengalami kepuasan ketika mereka merasakan senang atau sedih dengan pengalaman yang mereka rasakan apakah puas atau tidak puas. Sebagai konsumen manusia juga mengalami kepuasan yang terjadi ketika mereka mengalami interaksi jual beli dengan manusia lainnya. Menurut Kotler dan Keller, Kepuasan pelanggan merupakan tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau outcome produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila setelah pelanggan menggunakan suatu produk atau jasa, apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan dapat terpenuhi bahkan melebihi harapannya.

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, atau sesuatu yang bersifat emosional. Jika pelanggan mengatakan bahwa value adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Jika value bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang jika pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman.

Perkembangan teknologi mendorong bangkitnya industry kreatif berbasis teknologi dan informasi. Saat ini, internet sudah menjadi sebuah peluang bisnis jenis baru yang di kembangkan tanpa henti. Berkembangnya bisnis e-commerce menandakan internet sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari manusia. Sebuah survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mengungkapkan data tentang pertumbuhan internet tahun 2023 - 2024 sebagai berikut.

**Gambar 1. 1**  
**Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2023-2024**



*Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)*

Diketahui dari laman APJII, diperoleh bahwa data pada tahun 2024 Sebanyak 221 juta jiwa dari penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Terdapat kenaikan 1,31% dibandingkan tahun 2023 memiliki pertumbuhan 215 juta jiwa pengguna dari tahun sebelumnya.

**Tabel 1. 1**  
**Konten Hiburan Yang Banyak Diakses**

Konten Hiburan	Presentase
Game Online	76.31%
Vidio Online	18.4%
Musik Online	56.07%

*Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)*

Dari laman APJII pula diperoleh data konten hiburan yang banyak di akses adalah video online sebanyak 76.31%, Musik Online sebanyak 56,07%, dan Game Online sebanyak 18.4%. Berdasarkan data tersebut, terlihat peluang bahwa industry hiburan virtual online bisa menjadi salah satu jenis bisnis e-commerce yang menguntungkan.

Lembaga riset asal Inggris, Merchant Machine, merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat di dunia. Indonesia memimpin jajaran negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 79,5% pada 2024. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 221 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan e-commerce yang terdapat di Indonesia. Terbukti hingga saat ini, masyarakat yang memiliki gadget hampir setengahnya sudah menggunakan *e-commerce* yang membuat Indonesia menjadi negara yang banyak menggunakan aplikasi berbelanja online di kehidupannya.

Pengertian *e-commerce* bisa dibilang proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet. Siapapun yang memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, mereka dapat

berpartisipasi dalam *e-commerce*. Sudah banyak *e-commerce* bermunculan di Indonesia, seperti itemku, shopee, lazada, dan masih banyak yang lain.

Salah satu aplikasi Marketplace yang banyak digunakan saat ini adalah Itemku. Itemku adalah satu dari banyak pihak yang memanfaatkan peluang bisnis E-Commerce dengan meramaikan segmen mobile Marketplace melalui aplikasi mobile mereka untuk mempermudah transaksi jual beli melalui perangkat ponsel. Itemku sendiri memposisikan dirinya sebagai aplikasi Marketplace. Pendekatan sosial tersebut dipilih karena Asia Tenggara merupakan kawasan yang gemar bermain media social dan game online. Tidak heran bila Indonesia adalah negara yang masyarakatnya mulai aktif bermain di ranah media social maupun game online. Penggunaan game online saat ini bahkan juga digunakan untuk menjadi mediasi untuk jual beli.

Platform jual beli produk digital di Indonesia mencatat peningkatan jumlah omzet (*gross merchandise value/GMV*) sebesar 112% sepanjang tahun 2020. Bila dirinci, pertumbuhan transaksi paling tinggi terjadi pada bulan Mei dan Desember. Start up yang berdiri dibawah payung PT FIVE JACK ini juga meraih lonjakan pengguna baru sebanyak 138%. Sedangkan, rata-rata pengguna aktif bulanan itemku melesat hingga 114% jika dibandingkan dengan 2019.

**Tabel 1. 2 Informasi Umum Pemain Game Online**

(Berdasarkan Pengeluaran Bulanan Rumah Tangga)

Pengeluaran Bulanan Rumah Tangga	Presentase
Diatas Rp 10.000.000,-	3.5%
Rp 9.000.000,- s/d Rp 10.000.000,-	3.7%
Rp 8.000.000,- s/d Rp 9.000.000,-	1.5%
Rp 7.000.000,- s/d Rp 8.000.000,-	3.5%
Rp 6.000.000,- s/d Rp 7.000.000,-	5.6%
Rp 5.000.000,- s/d Rp 6.000.000,-	6.9%
Rp 4.000.000,- s/d Rp 5.000.000,-	13.7%
Rp 3.000.000,- s/d Rp 4.000.000,-	24.7%
Rp 2.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-	16.2%
Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-	15.3%
Rp 500.000,- s/d Rp 1.000.000,-	4.2%
Dibawah Rp 500.000	1.2%
Total Sampel	518

*Sumber : W&S Research Market (2020)*

**Tabel 1. 3 Informasi Umum Pemain Game**

(Berdasarkan Data Pekerjaan Pemain)

Kelompok Usia	Persentase Pemain Game Online (%)	Keterangan
<12-16 tahun	19	Usia sekolah
16-24 tahun	27	Usia produktif muda
25-34 tahun	27	Usia produktif dewasa
35-44 tahun	14	Usia Produktif menengah
45-54 tahun	8	Usia produktif lanjut
>55 tahun	5	Usia non-produktif/lansia

*Sumber : We Are Social, (2022)*

Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh We Are Social, (2022), mayoritas pemain game online di Indonesia berada pada rentang usia produktif, yaitu 16–44 tahun. Kelompok usia remaja (16–24 tahun) dan dewasa awal (25–34 tahun) masing-masing menyumbang 27% dari total pemain, sementara usia dewasa madya (35–44 tahun) sebesar 24%. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari 78% pemain game online di Indonesia merupakan individu yang berada pada usia produktif, yaitu usia yang secara ekonomi aktif dan memiliki potensi daya beli yang tinggi.

**Tabel 1. 4**

**Jenis-Jenis Game**

Nama Game	Jenis Game
Dota 2	Moba
ROBLOX	Sandbox
Blox Fruits	Adventure
Blue Lock Rivals	Sports
Toilet Tower Defense	Strategy

*Sumber : App Itemku.com (2025)*

Berdasarkan data yang di peroleh dari App Itemku.com (2025) pada “Roblox” terdapat 5 game yang menempati posisi pengeluaran dalam game terbanyak. Pada data tersebut diketahui bahwa urutan pengeluaran konsumen terbanyak adalah Dota 2, Roblox, Blox Fruits, Blue Lock Rivals, Toilet Tower Defense. Dimana dalam hal ini berarti game Roblox berada pada urutan ke 2 sebagai game yang banyak melakukan pengeluaran, dan jika dilihat di peringkat pertama Dota 2 dan Blox Fruits sebagai posisi ketiga game yang paling banyak melakukan pengeluaran.

**Tabel 1. 5 Data Tahun Terbit Game Dan Penilaian di 2025**

No.	Game Online	Tahun Terbit
1.	Dota 2	2013
2.	Roblox	2006
3.	Blox Fruits	2019
4.	Blue Lock Rivals	2024
5.	Toilet Tower Defense	2023

*Sumber : Google Play Store & Roblox (2025)*

Diketahui bahwa dari kelima game tersebut rata-rata waktu terbitnya berjarak cukup jauh, namun ada satu game yang terbit lebih dahulu yaitu di tahun 2006 yakni roblox dengan 650 Juta download melalui smartphone dan Pc, selain memiliki pemain yang sangat banyak tentu saja banyak pemain yang melakukan pengeluaran, game ini juga memiliki penilaian yang bagus di play store.

Diketahui bahwa Roblox adalah game bergenre berbasis user-generated content (UGC) yang memungkinkan pengguna membuat, membagikan, dan memainkan berbagai jenis pengalaman virtual. Sejak diluncurkan tahun 2006, Roblox telah berkembang pesat menjadi ekosistem dengan jutaan game yang terbagi dalam beragam genre. Keunikan platform ini terletak pada kebebasan kreatif pengembangan (developers) untuk merancang game sesuai minat dan tren, sehingga melahirkan banyak variasi genre dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji genre-game populer di Roblox, factor pendorong keberhasilannya, serta dampaknya terhadap komunitas pemain.

Dalam Roblox, item virtual memiliki pengaruh dalam kemajuan pada permainan terutama bila pemain sering melakukan pembelian maka ia akan mendapatkan poin

VIP, Tag Eksklusif, Serta Boosters Permainan yang dapat mempermudahnya dalam memainkan permainan. Hal ini membuat banyak pemain yang rela mengeluarkan uang dengan jumlah besar untuk game ini. Selain dapat meningkatkan performa dalam game, bagi developer, ini bisa menjadi nilai tambah dan keuntungan dalam menjual item-item yang ada di dalam game sebagai pemasukan utama mereka. Mengingat Roblox permainan free to play, maka penjualan item virtual disini menjad salah satu penghasilan utama mereka selain iklan dalam permainan. Terdapat tingkatan dalam mengeluarkan uang untuk game ini yakin sebagai berikut :

**Tabel 1. 6**

**Perbedaan harga Item Berbayar langsung di game Roblox dan Itemku.com**

Nama Game	Item/Currency yang Dibeli	Harga Robux	Uang yang dikeluarkan Top up ingame	Uang yang dikeluarkan Top up di Itemku.com	Keterangan
Adopt Me	Bucks(Mata Uang Game)	100 Robux	Rp 14.000	Rp 12.000	100 Bucks
	Bucks	400 Robux	Rp 56.000	Rp 48.000	500 Bucks(+100 bonus)
	Mega Neon Pet Box	1.200 Robux	Rp 168.000	Rp 144.000	Paket eksklusif hewan langka
Pet Simulator X	Gems(Mata Uang Premium)	300 Robux	Rp 42.000	Rp 36.000	10.000 Gems
	Rainbow Coin	800 Robus	Rp 122.000	Rp 96.000	5x multiplier grinding
	Huge Pet Egg	2500 Robux	Rp 350.000	Rp 300.000	Menetas hewan legendaris
Brookhaven	Brook Bucks	200 Robux	Rp 28.000	Rp 24.000	1.000 Brook Bucks
	VIP Pass	500 Robux	Rp 70.000	Rp 60.000	Akses area eksklusif+skin

Blox Fruits	Beli Buah Langka	1.100 Robux	Rp 154.000	Rp 132.000	Buah Dragon
	2XMoney Gamepass	600 Robux	Rp 84.000	Rp 72.000	Multiplier pendapatan permanen
Royal High	Diamonds(Mata Uang)	150 Robux	Rp 21.000	Rp 18.000	1.000 Diamonds
	Wings(Aksesoris)	400 Robux	Rp 56.000	Rp 48.000	Desain eksklusif

*Sumber Roblox & Itemku.com (2025)*

**Tabel 1. 7 Data Total Pengeluaran Top-up Roblox per Wilayah (2023-2024)**

Wilayah	2023 (USD)	2024 (USD)	Faktor Pendorong
Amerika (AS & Kanada)	+\$1.8 Miliar	+2.1 Miliar	-Mayoritas pengguna Roblox(38% dari total DAU^).
			-Budaya microtransaction di kalangan remaja AS.
Eropa	+\$900 Juta	+\$1.1 Miliar	-Pertumbuhan pengguna di Inggris, Jerman, dan Prancis.
			-Monetisasi game simulasi/RPG(contoh:Brookhaven).
Asia	+\$600 Juta	+\$850 Juta	-Lonjakan pengguna di Jepang, Korea Selatan, dan Asia Tenggara(Filipina dan Indonesia).
			-Popularitas game bergenre idle simulator dan anime-themod(contoh:Anime Adventures).

*Sumber data : Laporan Keuangan Roblox Q4 2023 & Q1 2024 (Roblox Investor Relations).*

Tabel 1.7 merupakan data yang diolah penulis dengan hitungan dari top-up Roblox dari In-game setiap server per Februari 2023 dan Februari 2024. Berdasarkan data penulisan olah, dapat diketahui banyak pemain Roblox yang rela mengeluarkan uang dalam jumlah yang banyak untuk game online ini. Perbandingan yang penulis berikan adalah pengeluaran yang telah dilakukan oleh 3 server dalam ame ini per-Februari 2023 dan per-Februari 2024. Disituasi sulit seperti keadaan yang terjadi saat ini akibat terjadi nya perang dagang dan ke khawatiran ekonomi dunia, penulis melakukan

perbandingan untuk satu tahun. Untuk server se-Asia, total pengeluaran yang dilakukan oleh pemain pada februari 2023 mencapai +\$600 Juta,- untuk permainan ini. Sedangkan pada februari tahun 2024 untuk server pemain mencapai +\$850 Juta,-. Terdapat peningkatan sebanyak +\$ 250 Juta selama setahun. Untuk wilayah server Eropa, total pengeluaran yang dilakukan oleh Pemain Roblox pada tahun 2023 mencapai +\$900 Juta, untuk permainan ini. Sedangkan pada Februari tahun 2024, untuk Pemain Roblox mencapai +\$1.1 Miliar. Terdapat peningkatan sebanyak +\$200 Juta. Dan untuk wilayah Amerika ditemukan setidaknya pemain Roblox pada tahun 2023 mengeluarkan uang dengan total +\$1.8 Miliar. Sedangkan pada februari 2024, untuk pemain Roblox mencapai +2.1 Miliar.

Berdasarkan hal tersebut penulis melakukan penulisan mengenai “Pengaruh Prilaku Pengguna pada Keputusan Pembelian Item Virtual Roblox” .

## **1.2 Rumusan Masalah**

Beberapa pertanyaan rumusan masalah dalam penulisan ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana utilitas harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game roblox di Itemku.com?
2. Bagaimana kualitas fungsional berpengaruh terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game roblox di Itemku.com?

3. Bagaimana kepercayaan pemain pada penyedia layanan game dan Itemku berpengaruh terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game roblox di Itemku.com?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan (pengguna) berpengaruh terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game roblox di itemku.com?
5. Bagaimana kebahagiaan pemain berpengaruh terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game roblox di Itemku.com?
6. Bagaimana utilitas harga, kualitas fungsional, kepercayaan, kepuasan pengguna, dan kebahagiaan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian item virtual game roblox di itemku.com?

### **1.3 Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh utilitas harga terhadap keputusan pembelian item virtual game roblox di itemku.com.
2. Pengaruh kualitas fungsional terhadap keputusan pembelian item virtual dalam game roblox di Itemku.com.
3. Pengaruh kepercayaan pemain pada penyedia layanan game dan Itemku.com terhadap keputusan pembelian item virtual game roblox.
4. Pengaruh kepuasan pelanggan (pengguna) terhadap keputusan pembelian item virtual game roblox di Itemku.com.

5. Pengaruh kebahagiaan pemain terhadap keputusan pembelian item virtual game roblox di Itemku.com.
6. Pengaruh utilitas harga, kualitas fungsional, kepercayaan, kepuasan pengguna, dan kebahagiaan secara simultan terhadap keputusan pembelian item virtual game Roblox di Itemku.com.

#### **1.4 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat penulisan yang diharapkan dari penulisan ini adalah:

1. Untuk Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan pemerintah untuk menentukan pajak yang sesuai kepada perusahaan game online, dan sebagai bahan pengawasan pemerintah terhadap perilaku pemain game online.

2. Untuk Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan game online dalam mengambil tindakan terhadap perilaku pemain sebagai sebuah bisnis yang menguntungkan, dan agar perusahaan mampu menyesuaikan jenis game online untuk menentukan target pasar yang potensial.

3. Untuk Akademis

Sebagai referensi dalam memberikan sebuah informasi bagi penulis selanjutnya mengenai perilaku pemain game online dalam keputusan pembelian item virtual, dan sebagai bahan mengkaji ulang terhadap penulisan-penulisan terdahulu terkait pembelian item virtual.