

PENGARUH *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, DESCRIPTIVE NORMS, PERCEIVED PLAYFULNESS* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *LOYALTY* MELALUI *ONLINE GAME ADDICTION* PEMAIN *ONLINE GAME CLASH OF CLANS* DI SURABAYA

Steven Widjaja

Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Stevenwidjaja21@gmail.com

Intisari -Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh dimensi *Perceived Behavioral Control, Descriptive Norms, Perceived Playfulness* terhadap *Online Game Addiction*, pengaruh dimensi *Satisfaction* terhadap *Loyalty*, pengaruh dimensi *Online Game Addiction* terhadap *Loyalty* dan moderasi *Online Game Addiction* terhadap *Satisfaction-Loyalty* pemain *Clash of Clans* di Surabaya. Data diperoleh melalui survey 300 pemain yang kecanduan bermain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya, dan data dianalisis menggunakan *Path Analysis* dengan software *AMOS version 20*, serta analisis regresi berganda, analisis regresi sederhana, *Moderated Regression Analysis (MRA)* dengan software *SPSS version 16.0*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *Perceived Behavioral Control, Descriptive Norms, Perceived Playfulness* terhadap *Online Game Addiction* pemain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya. *Descriptive Norms* terbukti berpengaruh terhadap *Perceived Playfulness* pemain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya. *Online Game Addiction* juga terbukti berpengaruh terhadap *Loyalty* pemain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya. Sedangkan, pengaruh *Satisfaction* terhadap *Loyalty* pemain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya tidak terbukti berpengaruh. *Online Game Addiction* yang memoderasi (melemahkan) hubungan *Satisfaction-Loyalty* pada pemain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya tidak terbukti berpengaruh.

Kata kunci : *Perceived Behavioral Control, Descriptive Norms, Perceived Playfulness, Online Game Addiction, Satisfaction, Loyalty.*

Abstract -This study aimed to determine, analyze, and prove the influence of the dimensions of *Perceived Behavioral Control, Descriptive Norms, Perceived playfulness of the Online Game Addiction, Satisfaction to Loyalty dimensional effect, the influence of the dimensions of Online Game Addiction to Loyalty and Online Games Addiction moderation Satisfaction-Loyalty to players Clash of Clans in Surabaya*. Data were obtained through a survey of 300 players who are addicted to playing online games *Clash of Clans* in Surabaya, and the data were analyzed using path analysis with *AMOS software version 20*, as well as multiple regression analysis, a simple regression analysis, *Moderated Regression Analysis (MRA)* with *SPSS software version 16.0*. The sampling technique used in this study is non-

probability sampling technique. The results of this study show the influence Perceived Behavioral Control, Descriptive Norms, Perceived playfulness of the Online Game Addiction player Online Game Clash of Clans in Surabaya. Descriptive Norms proved influential on Perceived Playfulness player Online Game Clash of Clans in Surabaya. Online Game Addiction also proved influential on Loyalty player Online Game Clash of Clans in Surabaya. Meanwhile, the influence of Satisfaction to Loyalty player Online Game Clash of Clans in Surabaya no proven effect. Online Game Addiction is moderate (weaken) the relationship Satisfaction-Loyalty in player Online Game Clash of Clans in Surabaya also no proven effect.

Key words : Perceived Behavioral Control, Descriptive Norms, Perceived Playfulness, Online Game Addiction, Satisfaction, Loyalty.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini begitu cepat dan canggih. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi itu adalah internet. Sebuah teknologi yang membuat setiap orang dapat berkomunikasi dengan siapapun di seluruh dunia hanya dengan duduk di depan komputer, salah satu layanan internet yang sedang marak digunakan saat ini adalah *Online Game* yang dapat dimainkan oleh multi pemain melalui jaringan internet. Sebab dengan *Online Game*, sebuah permainan bisa dimainkan bersama 100 orang bahkan lebih, sekaligus juga bisa sambil berhubungan antara satu dengan yang lainnya secara online, dan hal inilah yang membuat pemain *Online Game* menjadi semakin bertambah ketagihan. (<http://mediacenter.malangkota.go.id>).

Tidak hanya itu saja *Online Game* pada jaman sekarang juga dipergunakan untuk berbisnis, mencari rekan kerja baru yang potensial dan berniat untuk berbisnis di dunia nyata, hal ini dianggap sebagai hubungan yang tercipta secara tidak langsung dari *game* yang berdampak positif di dalam dunia nyata. Kim et al., (2002) mendefinisikan *Online Game* sebagai “*Computer games in which many people can participate at the same time through online communication networks.*” Sedangkan Gale Encyclopedia of Medicine (1999) mendefinisikan *Addiction* sebagai “*a dependence, on a behavior or substance that a person is powerless to stop.*” Yang mana dari adanya *Online Game* ini muncullah perilaku yang biasa disebut sebagai *Online Game Addiction*, yang menyebabkan semakin banyaknya pemain yang

mencoba karena dirasa bisa mendapat teman atau komunitas baru serta memperoleh kesenangan dalam bermain.

Banyaknya jenis permainan ini dapat dinikmati oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. *Online Game* juga sudah berkembang tidak hanya dapat dimainkan di komputer saja tetapi juga bisa dimainkan melalui *gadget* atau *mobile phone*. Perkembangan *gadget* di Indonesia sendiri selama tahun 2012 sampai sekarang ini diprediksi dipegang oleh *mobile phone*. Seperti yang diketahui, saat ini perkembangan *gadget* di Indonesia pertumbuhannya sangat pesat, bahkan peminat *gadget* di Indonesia bertambah dan hampir semua kalangan masyarakat gemar menggunakan *gadget*. (<http://ormitamedia.com>).

Diketahui bahwa pertumbuhan pengguna Android di Indonesia hingga akhir tahun 2012 terus bertambah sehingga Google mulai melirik Indonesia, menjadi pasar yang sangat berpotensi karena di Indonesia jumlah pengguna telepon seluler berbasis Android sudah menembus lebih dari 2,5 juta pengguna. Sedangkan pengguna yang fanatic terhadap sistem operasi Android ini sendiri telah mencapai 9.000 orang. (<http://ormitamedia.com>).

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penemuan, jenis penelitian ini adalah penelitian kausal, karena bertujuan menentukan ada tidaknya pengaruh *Perceived Behavioral Control*, *Descriptive Norms*, *Perceived Playfulness* terhadap *Online Game Addiction* pemain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya. Ada tidaknya pengaruh *Online Game Addiction* terhadap *Loyalty Online Game Clash of Clans* di Surabaya. Ada tidaknya pengaruh *Satisfaction* terhadap *Loyalty* pemain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya. Ada tidaknya *Online Game Addiction* yang memoderasi (melemahkan) hubungan *Satisfaction-Loyalty* pada pemain *Online Game Clash of Clans* di Surabaya

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif karena menggunakan pengolahan data yang menghasilkan angka. Pada penelitian ini, yang merupakan variabel eksogen (*exogenous variable*) adalah *Perceived Behavioral Control*, *Descriptive Norms*, dan

Satisfaction, sedangkan yang merupakan variabel endogen (*endogenous variable*) adalah *Perceived Playfulness*, *Online Game Addiction*, dan *Loyalty*. Berdasarkan teknik, penelitian ini menggunakan survey karena mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden melalui kuesioner.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner tentang *Online Game Addiction*, *Perceived Behavioral Control*, *Descriptive Norms*, *Perceived Playfulness*, *Satisfaction*, dan *Loyalty Online Game Clash of Clans* di Surabaya sesuai dengan karakteristik populasi yang telah ditetapkan.

Aras pengukuran dalam penelitian ini menggunakan aras interval yaitu aras pengukuran yang memiliki jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala. Sedangkan jenis skala pengukuran yang digunakan adalah skala numerik dengan menggunakan 5 skala (*five point likert scale*) yang dimana jawaban dengan nilai yang semakin besar menunjukkan penilaian yang semakin setuju terhadap pernyataan yang diberikan dan sebaliknya. Kelima skala yang dalam penelitian ini mengikuti pola dengan contoh sebagai berikut:

Tidak setuju 1 2 3 4 5 Setuju

Target populasi dalam penelitian ini adalah orang yang merupakan pemain *Online Game Clash of Clans* minimal 2 jam sehari dan yang pernah melakukan administrasi akun (pembelian barang *virtual*) dengan *vendor Online Game Clash of Clans*. Karakteristik populasinya adalah responden yang bermain *Online Game Clash of Clans* dalam 6 bulan terakhir, berdomisili di Surabaya, mempunyai pendidikan terakhir SMA atau dibawah dengan pertimbangan agar dapat memahami isi kuesioner dengan baik sehingga diharapkan dapat memperoleh data yang valid.

Sampel merupakan bagian dari populasi dengan karakteristik yang hendak diteliti dan dapat mewakili keseluruhan populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah pemain yang menginstal dan memainkan *Online Game Clash of Clans* pada gadgetnya, lalu kedua adalah pemain yang pernah melakukan administrasi akun (pembelian barang *virtual*) dengan *vendor Online Game Clash of Clans*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non *probability sampling* karena responden pada penelitian ini tidak dapat diidentifikasi dengan jelas. Jenis yang dipilih adalah dengan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara menentukan faktor-faktor sesuai dengan karakteristik.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Path Analysis* dengan software Amos 20. Sampel yang digunakan pada penelitian adalah 300 responden.

1. Menentukan variabel elemen-elemen yang akan diukur.
2. Membuat kuesioner mengenai faktor-faktor yang relevan dengan *Online Game Addiction* pada pemain Clash of Clans di Surabaya.
3. Mencari responden sesuai dengan target karakteristik populasi yang telah ditentukan dan meminta kesediaan dari responden untuk mengisi kuesioner.
4. Membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria responden yang telah ditetapkan.
5. Menjelaskan responden tentang tata cara dalam mengisi kuesioner.
6. Mengumpulkan jawaban kuesioner sebanyak 300 kuesioner yang telah diisi oleh responden.
7. Menyeleksi kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui mana kuesioner yang layak dan tidak layak guna menghasilkan data yang valid yang bisa digunakan dalam penelitian ini.
8. Membuat tabulasi data.
9. Melakukan analisis dengan regresi berganda.

Untuk *Path Analysis*, pengujian hipotesis terhadap setiap parameter dapat dilakukan dengan *estimate*. Hipotesis dapat diterima bila nilai $C.R \geq 1,96$ dan $P < 0,05$.

Untuk regresi, pengujian hipotesis setiap parameter dapat dilakukan dengan uji F dan uji t. Hipotesis dapat diterima bila taraf signifikansi dari uji F dan uji t yaitu sebesar $\leq 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 30 responden yang didapat dari penyebaran kuesioner tahap pertama terhadap masing-masing pernyataan yang membentuk variabel penelitian yaitu *Perceived Behavioral Control*, *Descriptive Norms*, *Perceived Playfulness*, *Online Game Addiction*, *Satisfaction* dan *Loyalty*. Jika hasil korelasi *pearson* antara masing-masing pernyataan dengan skor total menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka *item* pernyataan tersebut dinyatakan valid. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan *SPSS 16.0 for windows*.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Perceived Behavioral Control*

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Anda yakin bahwa Anda yang memegang kendali atas diri Anda akan bermain atau tidak bermain <i>Online Game Clash of Clans</i>	.955**	.000	Valid
2	Anda yakin bahwa Anda memiliki pengendalian penuh atas diri Anda akan bermain atau tidak bermain <i>Online Game Clash of Clans</i>	.941**	.000	Valid

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Windows*

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Descriptive Norms*

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Hampir semua orang yang Anda kenal dekat yakin bahwa <i>Online Game Clash of Clans</i>	.870**	.000	Valid
2	Hampir semua orang yang Anda kenal dekat yakin bahwa <i>Online Game Clash of Clans</i> itu menyenangkan	.877**	.000	Valid

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Windows*

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Perceived Playfulness*

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Proses bermain <i>Online Game Clash of Clans</i> itu menyenangkan	.861**	.000	Valid
2	Ketika Anda bermain <i>Online Game Clash of Clans</i> , Anda memperoleh kesenangan	.692**	.000	Valid
3	Secara keseluruhan Anda yakin bahwa <i>Online Game Clash of Clans</i> itu menyenangkan	.887**	.000	Valid

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Windows*

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Online Game Addiction*

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Anda merasa membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk memperoleh kepuasan dalam bermain	.550**	.002	Valid
2	Anda merasa dikuasai oleh Internet (Anda memikirkannya ketika offline atau Anda mengantisipasi sesi online berikutnya)	.571**	.001	Valid
3	Anda pernah berbohong kepada teman atau keluarga Anda untuk menyembunyikan seberapa jauh Anda bermain <i>Online Game Clash of Clans</i>	.491**	.006	Valid
4	Anda merasa gelisah, murung, depresi, atau terganggu ketika mencoba untuk mengurangi atau menghentikan kegemaran Anda bermain <i>Online Game Clash of Clans</i>	.842**	.000	Valid
5	Anda berulang kali gagal dalam mengendalikan, mengurangi atau menghentikan kegemaran Anda akan <i>Online Game Clash of Clans</i>	.709**	.000	Valid
6	Anda menggunakan <i>Online Game Clash of Clans</i> sebagai cara untuk melarikan diri dari masalah atau untuk mengusir rasa tidak berdaya, bersalah, gelisah, atau stress	.721**	.000	Valid
7	Anda menghabiskan waktu untuk bermain <i>Online Game Clash of Clans</i> lebih dari waktu yang Anda rencanakan	.725**	.000	Valid
8	Anda pernah mengambil resiko kehilangan hubungan, pekerjaan, pendidikan atau kesempatan berkarir karena kebiasaan bermain <i>Online Game Clash of Clans</i>	.668**	.000	Valid

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Window*

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Satisfaction*

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Anda menyukai isi permainan dalam <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	.401**	.028	Valid
2	Anda menyukai pelayanan yang disediakan oleh vendor <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	.440**	.015	Valid
3	Anda puas dengan administrasi akun dari vendor <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	.904**	.000	Valid
4	Anda menyukai kualitas jaringan yang disediakan oleh vendor <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	.925**	.000	Valid
5	Secara keseluruhan, Anda puas dengan <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	.864**	.000	Valid

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Windows*

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Loyalty*

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Dibandingkan dengan <i>Online Game</i> lain, Anda menyukai <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	.843**	.000	Valid
2	Anda akan merekomendasikan <i>Online Game Clash of Clans</i> ini kepada yang lain	.860**	.000	Valid
3	Anda akan menggunakan <i>Online Game Clash of Clans</i> ini lagi ketika Anda ingin bermain <i>Online Game</i> di lain waktu	.838**	.000	Valid
4	Ketika Anda ingin bermain <i>Online Game</i> , game <i>Clash of Clans</i> ini adalah pilihan pertama Anda	.884**	.000	Valid

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Windows*

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten apabila pengukuran tersebut diulang. Reliabilitas diukur menggunakan *cronbach alpha*. Apabila nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 maka masing-masing pernyataan di dalam

kuesioner reliabel. Pengukuran reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*.

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Perceived Behavioral Control</i>	.883	Reliabel
2	<i>Descriptive Norms</i>	.689	Reliabel
3	<i>Perceived Playfulness</i>	.744	Reliabel
4	<i>Online Game Addiction</i>	.817	Reliabel
5	<i>Satisfaction</i>	.790	Reliabel
6	<i>Loyalty</i>	.875	Reliabel

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Windows*

Selanjutnya akan dibahas nilai rata-rata dan deviasi standar responden dari masing-masing pernyataan yang menyusun variabel penelitian. Nilai rata-rata dihitung untuk mengetahui rata-rata penilaian responden terhadap tiap pernyataan. Sedangkan, deviasi standar dihitung untuk mengetahui keragaman tanggapan responden terhadap tiap pernyataan yang ada di dalam kuesioner.

Tabel 9
Tanggapan Responden Terkait Variabel *Perceived Behavioral Control*

No	Pernyataan	Mean	St.Dev
1	Anda yakin bahwa Anda yang memegang kendali atas diri Anda akan bermain atau tidak bermain <i>Online Game Clash of Clans</i>	3,44	1,210
2	Anda yakin bahwa Anda memiliki pengendalian penuh atas diri Anda akan bermain atau tidak bermain <i>Online Game Clash of Clans</i>	3,66	1,175
Total		3,55	1,193

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Windows*

Tabel 10
Tanggapan Responden Terkait Variabel *Descriptive Norms*

No	Pernyataan	Mean	St.Dev
1	Hampir semua orang yang Anda kenal dekat bermain <i>Online Game Clash of Clans</i>	3,35	1,152
2	Hampir semua orang yang Anda kenal dekat yakin bahwa <i>Online Game Clash of Clans</i> itu menyenangkan	3,65	1,016
Total		3,50	1,084

Sumber: Hasil olah data *SPSS 16.0 for Windows*

Tabel 11
Tanggapan Responden Terkait Variabel *Perceived Playfulness*

No	Pernyataan	Mean	St.Dev
1	Proses bermain <i>Online Game</i> Clash of Clans itu menyenangkan	3,12	1,146
2	Ketika Anda bermain <i>Online Game</i> Clash of Clans, Anda memperoleh kesenangan	3,56	1,145
3	Secara keseluruhan Anda yakin bahwa <i>Online Game</i> Clash of Clans itu menyenangkan	3,42	1,198
Total		3,36	1,163

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 16.0 for Windows

Tabel 12
Tanggapan Responden Terkait Variabel *Online Game Addiction*

No	Pernyataan	Mean	St.Dev
1	Anda merasa membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk memperoleh kepuasan dalam bermain	3,43	1,198
2	Anda merasa dikuasai oleh Internet (Anda memikirkannya ketika offline atau Anda mengantisipasi sesi online berikutnya)	3,36	1,029
3	Anda pernah berbohong kepada teman atau keluarga Anda untuk menyembunyikan seberapa jauh Anda bermain <i>Online Game</i> Clash of Clans	3,34	1,016
4	Anda merasa gelisah, murung, depresi, atau terganggu ketika mencoba untuk mengurangi atau menghentikan kegemaran Anda bermain <i>Online Game</i> Clash of Clans	3,56	0,950
5	Anda berulang kali gagal dalam mengendalikan, mengurangi atau menghentikan kegemaran Anda akan <i>Online Game</i> Clash of Clans	3,57	0,939
6	Anda menggunakan <i>Online Game</i> Clash of Clans sebagai cara untuk melarikan diri dari masalah atau untuk mengusir rasa tidak berdaya, bersalah, gelisah, atau stress	3,46	1,035
7	Anda menghabiskan waktu untuk bermain <i>Online Game</i> Clash of Clans lebih dari waktu yang Anda rencanakan	3,58	1,161
8	Anda pernah mengambil resiko kehilangan hubungan, pekerjaan, pendidikan atau kesempatan berkarir karena kebiasaan bermain <i>Online Game</i> Clash of Clans	3,52	1,105
Total		3,47	1,054

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 16.0 for Windows

Tabel 13
Tanggapan Responden Terkait Variabel *Satisfaction*

No	Pernyataan	Mean	St.Dev
1	Anda menyukai isi permainan dalam <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	3,6	1,063
2	Anda menyukai pelayanan yang disediakan oleh vendor <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	3,39	1,046
3	Anda puas dengan administrasi akun dari vendor <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	3,55	1,186
4	Anda menyukai kualitas jaringan yang disediakan oleh vendor <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	3,26	1,135
5	Secara keseluruhan, Anda puas dengan <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	3,38	1,169
Total		3,43	1,120

Sumber: Hasil olah data dengan *SPSS 16.0 for Windows*

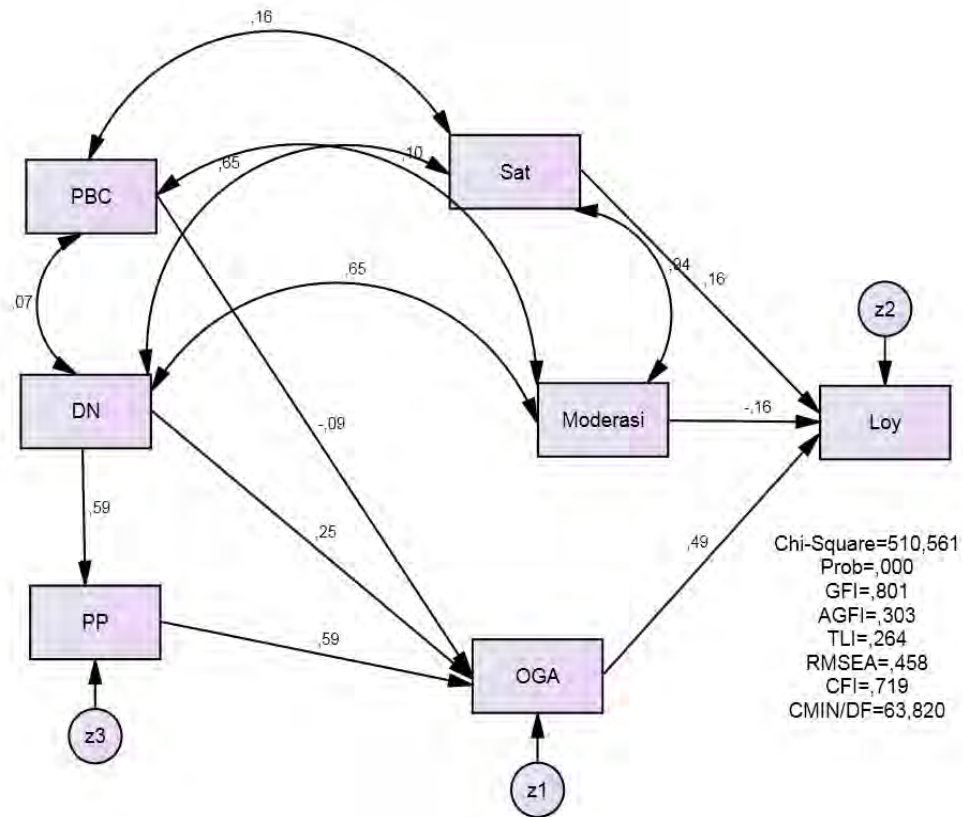
Tabel 14
Tanggapan Responden Terkait Variabel *Loyalty*

No	Pernyataan	Mean	St.Dev
1	Dibandingkan dengan <i>Online Game</i> lain, Anda menyukai <i>Online Game Clash of Clans</i> ini	3,31	1,047
2	Anda akan merekomendasikan <i>Online Game Clash of Clans</i> ini kepada yang lain	3,18	1,132
3	Anda akan menggunakan <i>Online Game Clash of Clans</i> ini lagi ketika Anda ingin bermain <i>Online Game</i> di lain waktu	3,17	1,044
4	Ketika Anda ingin bermain <i>Online Game</i> , game <i>Clash of Clans</i> ini adalah pilihan pertama Anda	3,01	1,2
Total		3,17	1,106

Sumber: Hasil olah data dengan *SPSS 16.0 for Windows*

Model Path Analysis

Model path di bawah menunjukkan nilai yang *not fit* karena meskipun *p-value* sebesar 0,000, tetapi nilai RMSEA = 0,458. Sehingga model ini dianggap sangat buruk karena tidak memenuhi indeks-indeks yang ada di dalam *Structural Equation Model (SEM)*.



Gambar 1
Model Pengukuran Hasil *calculate AMOS*
(Sumber: Hasil Pengolahan AMOS)

Tabel 15
Hasil Uji Kecocokan Model *Path Analysis*

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	Statistik Chi-Square	Diharapkan kecil, $p \geq 0,05$	Chi-square = 510,561 $p = 0,000$	<i>Not fit</i>
2	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,458	<i>Not fit</i>
3	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,801	<i>Marginal fit</i>
4	AGFI	$AGFI \geq 0,90$	0,303	<i>Not fit</i>
5	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 2$	63,820	<i>Not fit</i>
6	TLI/NNFI	$TLI \geq 0,90$	0,264	<i>Not fit</i>
7	CFI	$CFI \geq 0,95$	0,719	<i>Margina fit</i>

Sumber: Hasil Pengolahan AMOS, diolah.

Karena menggunakan model *Path Analysis* tidak memenuhi *good fit model* sehingga dilakukan analisis regresi linier berganda, regresi linier sederhana, dan *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

Tabel 16
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		300
Normal Parameters ^a	Mean	0
	Std. Deviation	0,5296508
Most Extreme Differences	Absolute	0,042
	Positive	0,035
	Negative	-0,042
Kolmogorov-Smirnov Z		0,724
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,672

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 16.0 for Windows

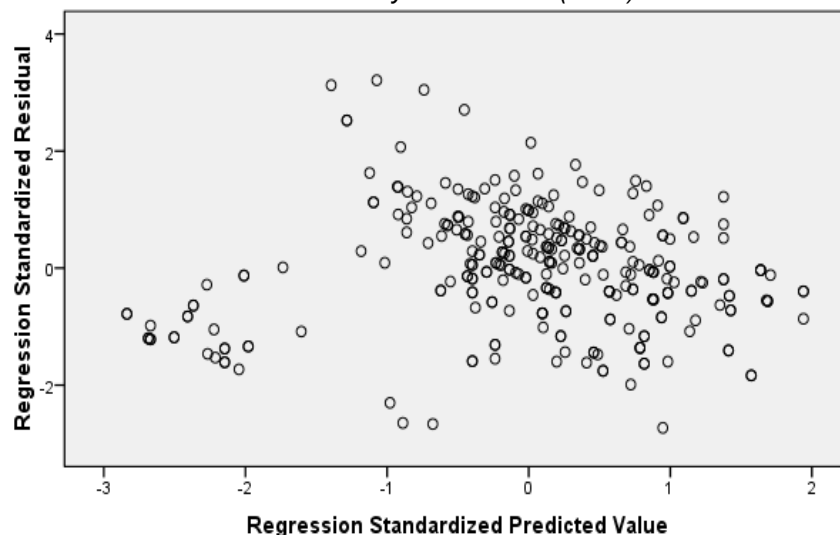
Nilai Asymp. Sig sebesar $0,672 > 0,05$, sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini sudah berdistribusi normal.

Tabel 16
Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	Tolerance	VIF	
PBC	0,994	1,006	Non Multikolinearitas
DN	0,653	1,531	Non Multikolinearitas
PP	0,656	1,524	Non Multikolinearitas

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 16.0 for Windows

Dalam penelitian ini nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 , maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bebas multikolinieritas.



Gambar 4.2
Scatterplot
(Sumber: Lampiran Output SPSS)

Diketahui bahwa varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak mempunyai pola tertentu sehingga tidak ada heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Bagian ini berhubungan dengan evaluasi terhadap parameter-parameter yang menunjukkan hubungan kausal atau pengaruh antar satu variabel laten terhadap variabel laten lainnya.

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai C.R untuk setiap koefisien. Nilai C.R signifikan apabila $\geq 1,96$ dan $P < 0,05$ yang berarti hipotesis dapat diterima. Apabila, nilai $C.R < 1,96$ dan $P > 0,05$ maka tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

Tabel 17
Evaluasi terhadap Koefisien Model *Path Analysis* dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
PP	<---	DN	0,589	0,047	12,513	***	Signifikan
OGA	<---	PBC	-0,064	0,027	-2,359	0,018	Signifikan
OGA	<---	DN	0,213	0,039	5,494	***	Signifikan
OGA	<---	PP	0,500	0,038	13,008	***	Signifikan
Loy	<---	Sat	0,161	0,149	1,085	0,278	Tidak Signifikan
Loy	<---	Moderasi	-0,030	0,028	-1,097	0,272	Tidak Signifikan
Loy	<---	OGA	0,533	0,059	8,962	***	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan AMOS, diolah.

Tabel 18
Evaluasi terhadap Koefisien Analisis Regresi dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian

			Standardized Coefficients					
			Beta	t	t Sig.	Keterangan	F Sig.	Keterangan
PP	<---	DN	0,586	12,492	0,000	Signifikan	0,000	Signifikan
OGA	<---	PBC	-0,087	-2,347	0,020	Signifikan	0,000	Signifikan
OGA	<---	DN	0,251	5,463	0,000	Signifikan		
OGA	<---	PP	0,594	12,941	0,000	Signifikan		
Loy	<---	Sat	0,059	0,777	0,438	Tidak Signifikan	0,000	Signifikan
Loy	<---	Moderasi	-0,166	-0,592	0,554	Tidak Signifikan		
Loy	<---	OGA	0,426	5,634	0,000	Signifikan		

Sumber: Hasil pengolahan Regresi, diolah

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara statistik yang dilakukan pada Bab IV dan Bab V maka dapat diperoleh konklusi bahwa dari delapan hipotesis yang telah dikembangkan, terdapat enam hipotesis yang terbukti dan dua hipotesis yang tidak terbukti. Berikut ini adalah penjelasan spesifik:

1. Terdapat pengaruh negatif signifikan *Perceived behavioral control* terhadap *Online Game Addiction Clash of Clans*.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan *Descriptive norms* terhadap *Perceived Playfulness Clash of Clans*.
3. Terdapat pengaruh positif signifikan *Descriptive Norms* terhadap *Online Game Addiction Clash of Clans*.
4. Terdapat pengaruh positif signifikan *Perceived playfulness* terhadap *Online Game Addiction Clash of Clans*.
5. Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *Satisfaction* terhadap *Loyalty Clash of Clans*.

6. Terdapat pengaruh positif signifikan *Online Game Addiction* Clash of Clans terhadap *Loyalty* Clash of Clans.
7. Tidak terdapat pengaruh negatif signifikan *Online Game Addiction* Clash of Clans moderasi (melemahkan) terhadap kepuasan dan loyalitas Clash of Clans.

Meskipun dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis yang tidak terbukti, namun model yang ada telah menggambarkan hasil data yang ada di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif signifikan *Satisfaction* terhadap *loyalty*. Hal ini lebih dikarenakan oleh permainan *Online Game* Clash of Clans kurang menarik/atraktif menurut sebagian responden, terlalu sedikit *event*, dan permainan ini barang *virtual* yang diperoleh tidak bisa diperjual belikan sehingga banyak responden yang merasa kurang puas. Dari hal ini diharapkan pihak *developer* Supercell *Online Game* Clash of Clans segera memberikan inovasi terbaru berupa fitur, *event*, sistem permainan yang bisa memperjual belikan barang *virtual* agar pemain *Online Game* Clash of Clans lebih tertarik dan puas dalam bermain *game* ini.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Descriptive Norms* memiliki pengaruh cukup besar terhadap variabel *Perceived Playfulness*. Hal ini berarti *developer* Supercell Clash of Clans harus membuat *guide* mengenai informasi pada *game* selengkap dan semenarik mungkin bagi para pemain, agar pemain dapat merasakan perhatian yang lebih terfokus, semakin penasaran, dan memperoleh kesenangan dalam bermain *Online Game* Clash of Clans ini, sebab informasi seperti *video* strategi bertempur, *tips* yang berguna bagi pemula atau bagi pemain yang belum mengetahui. Informasi yang diperoleh pemain tersebut akan membuat pemain *Online Game* Clash of Clans menjadi semakin asyik dalam bermain.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Perceived Playfulness* memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel *Online Game Addiction* Clash of Clans

dibandingkan dengan *Descriptive Norms* dan *Perceived Behavioral Control Online Game Clash of Clans*. Hal ini berarti *developer* Supercell *Online Game Clash of Clans* harus sering mengadakan *events* seperti *boost barracks* dengan 1 *gem*, *boost spells* dengan 1 *gem*, *boost heroes* dengan 1 *gem*, dan *boost resources* dengan 1 *gem* atau inovasi *event* lain yang belum pernah diadakan *developer* Supercell *Online Game Clash of Clans*. Sebab dengan adanya *events* tersebut maka pemain akan lebih semakin asyik dalam bermain, dan perhatiannya semakin terfokus pada permainan, karena *events* tersebut yang menjadi rangsangan bagi pemain *Online Game Clash of Clans* agar menjadi semakin kecanduan.

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan di permainan *Online Game* lainnya yang ada di Indonesia tidak terbatas hanya dengan 1 objek *Online Game* saja, ataupun mengganti dengan objek yang lebih baik lagi, kedepannya area penelitian dapat diperluas ke kota lain yang kemudian hasilnya dapat dibandingkan dengan hasil penelitian ini. Perlunya memperhatikan karakteristik responden yang ada di Indonesia khususnya kota yang menjadi tempat penelitian, dan jumlah sampel untuk penelitian yang akan datang diharapkan bisa ditambahkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R.E. and Srinivasan, S.S, 2003, "E-satisfaction and e-loyalty: a contingency framework", *Psychology & Marketing*, Vol. 20 No. 2, p. 123-38.
- Ajzen & Icek, 1991, The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50:179-211.
- Bungin, Burhan, 2001, Metode Penelitian Sosial : *Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* page 207-208.
- Choi, D. and Kim, J., 2004, "Why people continue to play online games: in search of critical design factors to increase customer loyalty to online contents", *CyberPsychology & Behavior*, Vol. 7 No. 1, p. 11-24.
- Dick, A.S., & Basu, K., 1994, "Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework", *Journal of the Academy of Marketing Science*, p. 99-113.

- Ferdinand, A, 2002, *Structural Equation Modeling dalam penelitian Manajemen : Aplikasi Model-model rumit dalam penelitian untuk tesis magister dan disertasi doktor*, Fakultas UNDIP, Semarang.
- Searle, Huh, & Bowman, D.N., 2008 “Perception of and Addiction to Online Games as a Function of Personality Traits” , *Journal of Media Psychology*, Vol 13, No. 2, Spring, 2008.
- Ghozali, Imam, 2005, *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS ver. 5.0*.
- Hsu, C-L., and Lu, H-P., 2007, “Consumer behavior in online game communities: a motivational factor perspective”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 23 No. 3, p.1642-59.
- Jones, Thomas, O., & Earl Sasser, Jr, W., 1995, “Why Satisfied Customers Defect”, *Harvard Business Review, Service Management Group*, p. 89-99.
- Joseph F. Hair, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E, Anderson, dan Ronald L. Tatham, 2010, *Multivariate Data Analysis, seventh edition*, Pearson Education International, Inc., New Jersey.
- Kandell, J.J., 1998, “Internet addiction on campus: the vulnerability of college students”, *CyberPsychology & Behavior*, Vol. 1 No. 1, p. 11-17.
- Kim, K.H., Park, J.Y., Kim, D.Y., Moon, H.I. and Chun, H.C., 2002, “E-lifestyle and motives to use online games”, *Irish Marketing Review*, Vol. 15 No. 2, p. 71-7. Diunduh pada hari Rabu, 12 Maret 2014.
- Liana, Lie, 2009, “Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen”, *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Volume XIV, No.2, p. 90-97.
- Malone, T.W., 1981, “Toward a Theory of intrinsically Motivating Instruction” , *Cognitive Science: A Multidisciplinary Journal*, 4, 1981, p. 333-369.
- Moon, J-W., & Kim Y-G., 2001, “Extending the TAM for a world-wide-web context”, *Information & Management*, Vol. 38 No.4, p. 217-30.

- Oliver, Richard, L., 1997, *Satisfaction. A behavioral perspective on the consumer* page 13, 392
- Oliver, Richard, L., 1999, "Whence Consumer Loyalty?", *Journal of Marketing*, Vol. 63, p.33-44.
- Priyatno, Duwi, 2009, *SPSS untuk Analisis, Korelasi, Regresi, dan Multivariate*, Fakultas UMB, Yogyakarta.
- Rivis, A., & Sheeran, P., 2003a, "Descriptive norms as an additional predictor in the theory of planned behavior: a meta-analysis", *Current Psychology*, Vol. 22, No. 3, p.218-33.
- Santoso, Singgih, 2014, *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22*, Elex Media Komputindo.
- Tseng F-M., & Wang C-Y., 2012, "Why do not satisfied consumers show reuse behavior? The context of online games", *Computers in Human Behavior*, Vol. 29, p.1012-1022.
- Wijanto, Setyo, H., 2008, *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8: Konsep dan Tutorial*, Graha Ilmu.
- Yang, Z., and Peterson, R.T., 2004, "Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: the role of switching costs", *Psychology & Marketing*, Vol. 21, No. 10, p. 799-822.
- Young, K.S., 1998b, "Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder", *CyberPsychology & Behavior*, Vol. 1 No. 3, p. 237-44.
- <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.intervention.pdf> Brief description Behavioral Interventions Based on the Theory of Planned Behavior. Diunduh pada hari Rabu, 19 Maret 2014.
- http://www.jameskitts.com/pubs/EncyclopediaSocialProblems_2008a.pdf Research "Norms", *Encyclopedia of Social Problems*, Vincent Parillo, Editor. New York: Sage Publication. Diunduh pada hari Kamis, 20 Maret 2014.
- http://www.distimo.com/download/publication/Distimo_Publication_-_September_2013/EN/archive Diunduh pada hari Selasa, 1 April 2014.