

# **PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE DAN EXPERIENCES TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA GAME MOBILE PLAYER UNKNOWN'S BATTLEGROUNDS (PUBG)**

Suhardi Kumala

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236  
[hadykumala@yahoo.com](mailto:hadykumala@yahoo.com)

*Abstrak*-Game PUBG Mobile saat ini sangat diminati oleh orang-orang di Indonesia. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, mereka sangat menikmati bermain game PUBG Mobile. PUBG Mobile sendiri sebenarnya sebuah inovasi yang dihadirkan oleh Tencent selaku pemilik dari produk game. Tetapi belakangan ini terjadi banyak kasus kekerasan yang terjadi di masyarakat. Yang disebabkan karena pelaku dari perbuatan kekerasan tersebut, terinspirasi dari game PUBG Mobile yang dimainkannya setiap hari. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, serta *Experience* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* kepada pemain game PUBG Mobile. Hasil penelitian menunjukkan variable independen berpengaruh signifikan positif terhadap *variable dependen*. Tetapi variable yang lebih dominan adalah *effort expectancy*, dan *social influence*. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu variable independen sama-sama berpengaruh kuat tetapi yang lebih dominan dalam *Behavioral Intention* adalah *Effort Expectancy*, dan *Social Influence*

*Kata Kunci*-*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Experience*, *Behavioral Intention*

## **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 ([mediacenter.malangkota.go.id](http://mediacenter.malangkota.go.id)).

Salah satu game online versi mobile yang sedang digemari anak muda Indonesia adalah *Player Unknown's Battleground (PUBG)*. Menurut pemberitaan Kompas.com Hanya dalam kurun waktu sekitar satu tahun game tersebut terjual dengan jumlah yang sangat fantastis. *PUBG Corp* baru-baru ini mengumumkan telah menjual sebanyak 50 juta kopi *game PUBG* untuk konsol *Xbox One* dan *PC*. Jumlah pemainnya pun diklaim semakin merangkak naik. Menurut perusahaan, total keseluruhan jumlah pemain lintas *platform* mencapai angka 400 juta orang. Artinya jika 50 juta orang bermain pada *PC* dan *Xbox One*, 350 juta lainnya bermain pada perangkat mobile (Kompas.com)

*PUBG* adalah sebuah *game multiplayer* kompetitif yang menjadikan "*Battle-Royale*" sebagai genre utama, *game* ini berjenis *First Person Shooter* dan *third-Person Shooter*. *Game* ini juga salah satu *game* yang sangat populer dikalangan gamers untuk versi *PC* nya. Pada tanggal 19 Maret 2018, developer ini baru saja merilis *game PUBG* untuk versi *mobile*-nya. *Game* ini merupakan jenis *game* yang baru pada *platform*

*mobile* sehingga berpotensi memiliki user baru.

Karena adanya terobosan terbaru dari *developer game Player Unknown's Battleground (PUBG)* ke versi *mobile*. Sehingga peneliti ingin meneliti apakah produk terbaru yang dihasilkan oleh *developer game Player Unknown's Battleground (PUBG)* ini, dapat menarik minat para pelanggan atau konsumen seperti *game* pendahulunya yang pertama kali dimunculkan di *PC*.

Venkatesh dkk. (2003) menemukan tiga konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* atau dikenal dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Menurut Venkatesh dkk. (2003) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan suatu sistem teknologi baru.

*Performance expectancy* didefinisikan tingkat kepercayaan pengguna bahwa dalam menggunakan sistem informasi akan dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya (Taylor dan Todd, 1995). Ekspektasi kinerja merupakan prediktor terkuat dari niat untuk menggunakan sistem informasi dan signifikan pada semua pengukuran dalam penggunaan sukarela maupun wajib. Hal ini sesuai dengan penelitian Venkatesh dan Davis (2000), Lawan dan Dahalin (2011), Venkatesh dkk. (2012), Mahendra dan Affandy (2013), Iriani dkk. (2014), serta Widnyana dan Yadnyana (2015) yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* merupakan salah satu faktor penentu yang paling penting dari penerimaan sistem teknologi informasi.

*Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan pengguna dalam penggunaan sistem informasi (Taylor dan Todd, 1995). Davis dkk. (1989) mengidentifikasi bahwa penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan. Tingkat kemudahan penggunaan terhadap suatu teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri individu bahwa sistem itu mempunyai manfaat sehingga akan menimbulkan rasa nyaman penggunaannya (Venkatesh dan Davis, 2000). Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan model UTAUT, *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan sistem informasi (Venkatesh dkk., 2003; Mahendra dan Affandy, 2013; Iriani dkk., 2014).

*Social influence* didefinisikan sejauh mana individu merasakan bahwa orang-orang yang dianggapnya penting percaya untuk menggunakan sistem yang baru (Venkatesh dkk., 2003). Ketika dihadapkan pada sesuatu yang baru individu cenderung membutuhkan dukungan dari orang lain. Pengaruh sosial ditemukan sebagai faktor signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku individual untuk menggunakan sistem informasi baru (Taylor dan Todd, 1995).

Bertolak dari latar belakang masalah tersebut, maka penulis mengambil judul. "*Pengaruh Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence dan experiences terhadap Behavioral Intention pada game mobile Player Unknown's Battleground (PUBG)*".

### Hubungan antar Variabel Pengaruh *Performance expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

*Performance expectancy* ditemukan konsisten secara positif signifikan mempengaruhi minat pemanfaatan teknologi informasi (Venkatesh, 2003; Sedana & Wijaya, 2010; Jati & Laksito, 2012; Attaquayefio & Addo, 2014; Abar, 2013; Rivai, 2014). Dengan melihat kegunaan, motivasi, dan keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi informasi, maka timbul minat pemanfaatan akan teknologi informasi oleh pengguna untuk meningkatkan kinerja mereka. Al-Gahtani dkk. (2007) juga mengungkapkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan komputer.

Lebih lanjut Kijisanayotin *et al.* (2009) menemukan bahwa kinerja dari teknologi yang diharapkan (*performance expectancy*) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi adopsi ICT kesehatan di Thailand. Selanjutnya, Alkhunaizan dan Love (2012) menemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh pada keinginan untuk menggunakan m-commerce di Arab Saudi. Sementara itu, Tai and Ku (2013) dalam risetnya tentang keinginan investor untuk mengadopsi mobile stock trading menemukan bahwa *performance expectancy* secara signifikan berpengaruh pada *behavioral intention* pada penggunaan stock trading.

H<sub>1</sub>: *Performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pada game mobile *Player Unknown's Battleground* (PUBG)

### Pengaruh *Effort expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Banyak studi melaporkan adanya pengaruh signifikan dari *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* dan pengadopsian teknologi. Wang *et al.* (2009) melaporkan bahwa *effort expectancy* secara signifikan berpengaruh pada keinginan individu dalam penggunaan M-Learning. Sementara Sin *et al.* (2013) menemukan bahwa *effort expectancy* mempunyai pengaruh signifikan pada keinginan untuk menggunakan internet marketing di Korea Selatan. Khatimah and Halim (2014) menemukan bahwa *effort expectancy* berhubungan secara positif pada keinginan untuk menggunakan e-Money di Indonesia.

Pada variabel *effort expectancy* ditemukan berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (Venkatesh, 2003; Jati & Laksito, 2012; Attaquayefio & Addo, 2014; Abar, 2013; Rivai, 2014). Kecuali Sedana & Wijaya (2010) yang menemukan bahwa kedua konstrak ini tidak berhubungan.

H<sub>2</sub>: *Effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pada game mobile *Player Unknown's Battleground* (PUBG)

### Pengaruh *Social influence* terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh sosial (*social influence*) adalah pengaruh orang-orang penting yang menyarankan penggunaan system (Venkatesh *et al.*, 2003). Banyak studi dilakukan untuk menginvestigasi pengaruh sosial (*social influence*) pada keinginan untuk menggunakan teknologi. Menurut Alkhunaizan and Love (2012), *social influences* secara signifikan berpengaruh pada keinginan untuk menggunakan (*behavioral intention*) e-commerce di Saudi Arabia. Dalam perspektif blogging, *social influence* secara signifikan berpengaruh pada penggunaan blog. Pengguna blog secara sukarela bergabung pada aktivitas blog karena dipengaruhi oleh aktivitas para pengguna blog yang lain (Hsu dan Lin, 2008).

*Social influence* ditemukan berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (Venkatesh, 2003; Sedana & Wijaya, 2010; Jati & Laksito, 2012; Attaquayefio & Addo, 2014; Abar, 2013; Rivai, 2014). Kecuali Jati & Laksito (2012) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara

norma-norma sosial terhadap pemanfaatan teknologi informasi. besar terhadap *social influence*, meskipun dengan pengalaman yang terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara faktor-faktor sosial terhadap pemakai sistem, maka faktor-faktor sosial seperti besarnya dukungan teman sekerja, manajer senior, pimpinan dan organisasi merupakan faktor penting dalam penerimaan suatu sistem.

H<sub>3</sub>: *Social influence* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pada game mobile *Player Unknown's Battleground* (PUBG)

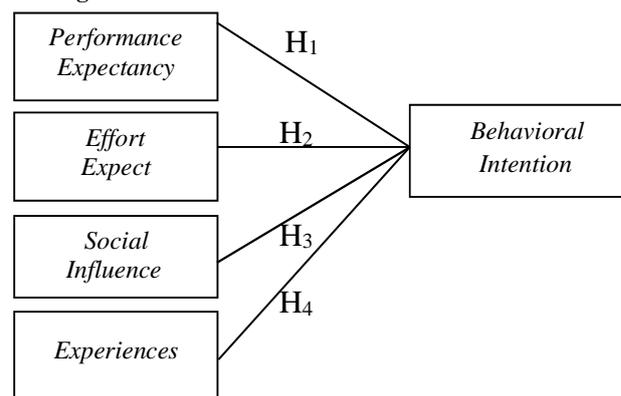
### Pengaruh *Experience* terhadap *Behavioral Intention*

Menurut Ling *et al.*, (2010) pengalaman konsumen adalah suatu pengalaman yang akan mengajarkan seseorang tentang bagaimana mengambil keputusan secara baik dan benar di masa yang akan datang.

Hasil penelitian Kiefer & Kelly (1995) menunjukkan bahwa kualitas pengalaman yang dinilai oleh pelanggan sangat mempengaruhi persepsi mereka atas nilai yang didapat. Ketika konsumen menilai kualitas pengalaman yang dirasakan tinggi, maka ia akan mempersepsikan nilai yang didapat tinggi pula dan pada akhirnya akan mempengaruhi ketertarikan konsumen pada penggunaan suatu game online.

H<sub>4</sub>: *Experiences* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pada game mobile *Player Unknown's Battleground* (PUBG)

### Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber: Venkatesh, dkk (2003), Yu (2012) Wang *et al.* (2009) Hsu dan Lin (2008) Kiefer & Kelly (1995)

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data angket. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kausal, karena variabel satu dengan variabel lainnya dalam penelitian ini saling berhubungan. Variabel-variabel tersebut merupakan variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2016, p. 37), hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat yaitu terdapat variabel independen atau variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen atau variabel terikat (variabel yang dipengaruhi). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *experiences* terhadap *behavioral intention* pada game mobile *Player Unknown's Battleground* (PUBG).

**Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan area generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016, p. 119). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UK Petra yang memainkan *game mobile Player Unknown's Battleground* (PUBG).

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow et al. (1997) dengan besar sampel diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan angket sebagai alat utama dalam pengumpulan data. Menurut Sekaran (2003), terdapat berbagai macam teknik dalam *non-probability sampling*. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik yang dilakukan dengan mengambil orang-orang yang dipilih oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel tersebut. Penerapan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran angket yang dibagikan kepada mahasiswa UK Petra yang memainkan *game mobile Player Unknown's Battleground* (PUBG) yang terpilih sebagai sampel.

**Teknik Pengumpulan Data**

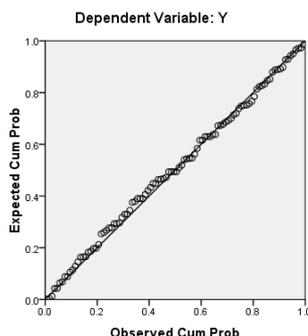
Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan menggunakan alat berupa angket. Menurut Sugiyono (2016, p. 193), angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden. Pengukuran penilaian responden dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Indikator yang diukur dalam skala *Likert* dijabarkan kembali ke dalam bentuk sub indikator. Sub indikator tersebut dijabarkan kembali menjadi komponen-komponen yang dapat diukur.

**Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Regresi linier berganda bertujuan untuk meramalkan bagaimana naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi nilainya (Sugiyono, 2016).

**ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**Asumsi Klasik Uji Normalitas**



Gambar 2. Uji Normalitas dengan *Normal Probability Plot*  
Sumber: Data diolah

**Tabel 1.**  
**One Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	100
Test Statistic	0,431
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,992

Sumber: Data diolah

Hasil uji normalitas dengan *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal. Selanjutnya, hasil uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi > 0,05 yaitu sebesar 0,992 (Ghozali, 2016, p. 158). Berdasarkan data yang ada, dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

**Uji Multikolinieritas**

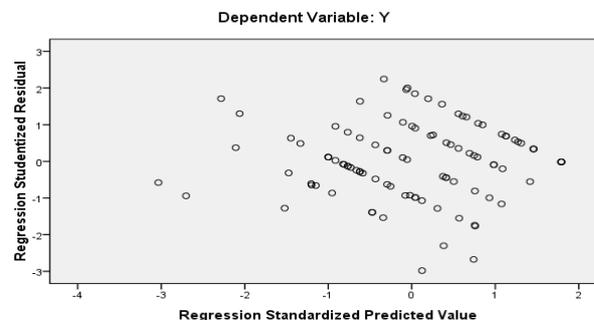
**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	<i>Collinearity Statistic Tolerance</i>	VIF
<i>Performance expectancy (X<sub>1</sub>)</i>	0,595	1,681
<i>Effort expectancy (X<sub>2</sub>)</i>	0,569	1,756
<i>Social influence (X<sub>3</sub>)</i>	0,733	1,363
<i>Experiences (X<sub>4</sub>)</i>	0,890	1,124

Sumber: Data diolah

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai VIF dan *tolerance* untuk masing-masing variabel yaitu telah memenuhi syarat yang seharusnya yaitu hasil VIF di bawah 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 (Ghozali, 2016, p.105). Melalui tabel disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas yang artinya tidak ada korelasi antar variabel dalam model regresi.

**Uji Heteroskedastisitas**



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik *Scatterplot*  
Sumber: Data diolah

Uji heteroskedastisitas diperkuat dengan uji glejser antara variabel bebas dengan nilai residual. Tabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji glejser dari variabel bebas dinyatakan memenuhi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi > 0,05. Dari tabel, dapat disimpulkan jika tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi yang berarti tidak ada perbedaan varian dalam model regresi.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.
<i>Performance expectancy (X<sub>1</sub>)</i>	0,161
<i>Effort expectancy (X<sub>2</sub>)</i>	0,749
<i>Social influence (X<sub>3</sub>)</i>	0,356
<i>Experiences (X<sub>4</sub>)</i>	0,978

Sumber: Lampiran

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 1.**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Model	Koefisien Regresi	<i>t</i> <sub>hitung</sub>	Sig
Constant	0,481	1,230	0,222
Performance expectancy ( <i>X</i> <sub>1</sub> )	0,278	2,638	0,010
Effort expectancy ( <i>X</i> <sub>2</sub> )	0,215	2,568	0,012
Social influence ( <i>X</i> <sub>3</sub> )	0,163	2,492	0,014
Experiences ( <i>X</i> <sub>4</sub> )	0,249	4,390	0,000
<i>F</i> hitung	26,918		
Sig.	0,000		

Sumber: Data diolah

Dari tabel 1 hasil perhitungan tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda yang signifikan sebagai berikut:

$$Y = 0,481 + 0,278X_1 + 0,215X_2 + 0,163X_3 + 0,249X_4$$

Interpretasi dari model regresi di atas adalah sebagai berikut:

- = konstanta = 0,481 menunjukkan besarnya nilai variabel dependen yaitu *behavioral intention*. Konstanta menunjukkan apabila variabel independen sama dengan 0 (nol) atau konstan, maka variabel *behavioral intention* akan bernilai sebesar 0,481.
- = koefisien regresi *X*<sub>1</sub> (*Performance expectancy*) = 0,278 menunjukkan adanya peningkatan pada variabel *Performance expectancy* sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan nilai pada variabel *behavioral intention* sebesar 0,278 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
- = koefisien regresi *X*<sub>2</sub> (*Effort expectancy*) = 0,215 menunjukkan adanya peningkatan pada variabel *Effort expectancy* sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan nilai pada variabel *behavioral intention* sebesar 0,215 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
- = koefisien regresi *X*<sub>3</sub> (*Social influence*) = 0,163 menunjukkan adanya peningkatan pada variabel *Social influence* sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan nilai pada variabel *behavioral intention* sebesar 0,163 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
- = koefisien regresi *X*<sub>4</sub> (*Experiences*) = 0,249 menunjukkan adanya peningkatan pada variabel *Experiences* sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan nilai pada variabel *behavioral intention* sebesar 0,249 satuan dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.

**Uji Koefisien Determinasi (*R*<sup>2</sup>)**

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R*<sup>2</sup>)**

Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	Adjusted <i>R Square</i>	Std. Error of the Estimate
1	0,729 <sup>a</sup>	0,531	0,512	0,35972

Sumber: Data diolah

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat nilai koefisien determinasi (*R*<sup>2</sup>) atau *R Square* adalah sebesar 0,531. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel *Performance expectancy* (*X*<sub>1</sub>), *Effort expectancy* (*X*<sub>2</sub>), *Social influence* (*X*<sub>3</sub>) dan *Experiences* (*X*<sub>4</sub>) memiliki pengaruh terhadap variabel *Behavioral intention* (*Y*) sebesar 53,1%, pengaruh dinilai kuat dengan nilai *R* sebesar 0,729 yakni di atas 0,5 sedangkan 46,9% sisanya merupakan pengaruh dari variabel bebas lainnya yang tidak diteliti.

**Uji Kelayakan Model (Uji *F*)**

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Kelayakan Model (Uji *F*)**

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
Regression	13,932	4	3,483	26,918	0,000 <sup>a</sup>
Residual	12,293	95	0,129		
Total	26,225	99			

Sumber: Data diolah

Hasil perhitungan Anova maka dapat diketahui bahwa *F* hitung sebesar 26,918. Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dari hasil yang didapat, disimpulkan bahwa secara simultan variabel *Performance expectancy* (*X*<sub>1</sub>), *Effort expectancy* (*X*<sub>2</sub>), *Social influence* (*X*<sub>3</sub>) dan *Experiences* (*X*<sub>4</sub>) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Behavioral intention* (*Y*).

**Uji Pengaruh Parsial (Uji *t*)**

**Tabel 4.**  
**Uji Pengaruh Parsial (Uji *t*)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient <i>t</i> s	<i>T</i>	Sig.
	<i>B</i>	Std. Error			
(Constant)	0,481	0,391		1,230	0,222
<i>X</i> <sub>1</sub>	0,278	0,105	0,240	2,638	0,010
<i>X</i> <sub>2</sub>	0,215	0,084	0,239	2,568	0,012
<i>X</i> <sub>3</sub>	0,163	0,066	0,204	2,492	0,014
<i>X</i> <sub>4</sub>	0,249	0,057	0,327	4,390	0,000

Sumber: Data diolah

**1. Uji *t* antara variabel *Performance expectancy* (*X*<sub>1</sub>) dengan variabel *Behavioral intention* (*Y*)**

Berdasarkan data uji *t* yang ditunjukkan pada Tabel 4. diketahui bahwa variabel *Performance expectancy* (*X*<sub>1</sub>) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,0010 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan jika hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Performance Expectancy* maka *Behavioral Intention* akan semakin meningkat.

**2. Uji *t* antara variabel *Effort expectancy* (*X*<sub>2</sub>) dengan variabel *Behavioral intention* (*Y*)**

Tabel 4. yang menampilkan hasil uji *t*, menunjukkan bahwa variabel *Effort expectancy* (*X*<sub>2</sub>) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,012 < 0,05, yang menunjukkan hipotesis diterima. Hal ini berarti variabel *Effort expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Behavioral intention*.

**3. Uji *t* antara variabel *Social influence* (*X*<sub>3</sub>) dengan variabel *Behavioral intention* (*Y*)**

Tabel 4. yang menampilkan hasil uji *t*, menunjukkan bahwa variabel *Social influence* (*X*<sub>3</sub>) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,014 < 0,05, yang menunjukkan hipotesis diterima. Hal ini berarti variabel *Social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Behavioral intention*.

**4. Uji *t* antara variabel *Experiences* (*X*<sub>4</sub>) dengan variabel *Behavioral intention* (*Y*)**

Tabel 4. yang menampilkan hasil uji *t*, menunjukkan bahwa variabel *Experiences* (*X*<sub>4</sub>) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, yang menunjukkan hipotesis diterima. Hal ini berarti variabel *Experiences* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Behavioral intention*.

## Pembahasan

### Variabel *Performance expectancy* dengan *Behavioral intention*

Pengaruh *Performance expectancy* terhadap *Behavioral intention* dapat dilihat melalui nilai signifikansi uji *t* yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil signifikansi uji *t*, *Performance expectancy* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Performance expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral intention*. Dari hasil pengujian tersebut menunjukkan jika hipotesa penelitian dapat diterima.

Hasil ini juga didukung dengan tanggapan rata-rata responden untuk variabel *Performance expectancy* adalah masuk kategori setuju dan sangat setuju atau tinggi dan sangat tinggi. Hasil ini memberikan gambaran bahwa sebagian besar responden bermain *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)* karena *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)* mempunyai kinerja yang sesuai dengan responden harapkan. Yaitu dapat meningkatkan konsentrasi bagi para pemain *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Khususnya dalam hal mengerjakan misi atau tugas di dalam *game PUBGM*

### Variabel *Effort expectancy* dengan *Behavioral intention*

Pengaruh *Effort expectancy* terhadap *Behavioral intention* dapat diketahui melalui hasil uji *t* yang memiliki nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$  (5%), dengan demikian dapat dikatakan jika terdapat pengaruh *Effort expectancy* terhadap *Behavioral intention*. Berdasarkan hasil uji *t* *Effort expectancy* didapatkan nilai signifikansi dengan nilai  $0,012 < 0,05$  yang berarti secara parsial *Effort expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan dengan *Behavioral intention*. Dari hal tersebut maka dapat dikatakan jika hipotesa penelitian diterima.

Hasil ini juga didukung dengan tanggapan rata-rata responden untuk variabel *effort expectancy* adalah masuk kategori setuju dan sangat setuju atau tinggi dan sangat tinggi. Hasil ini memberikan gambaran bahwa sebagian besar responden bermain *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)* karena *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)* mudah dimengerti. Jika *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)* mudah untuk dimengerti maka responden akan tertarik memainkan *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*.

### Variabel *Social influence* dengan *Behavioral intention*

Pengaruh *Social influence* terhadap *Behavioral intention* dapat diketahui melalui hasil uji *t* yang memiliki nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$  (5%), dengan demikian dapat dikatakan jika terdapat pengaruh *Social influence* terhadap *Behavioral intention*. Berdasarkan hasil uji *t* *Social influence* didapatkan nilai signifikansi dengan nilai  $0,014 < 0,05$  yang berarti secara parsial *Social influence* memiliki pengaruh yang signifikan dengan *Behavioral intention*. Dari hal tersebut maka dapat dikatakan jika hipotesa penelitian diterima.

Pengaruh sosial (*social influence*) adalah pengaruh orang-orang penting yang menyarankan penggunaan system (Venkatesh *et al.*, 2003). Banyak studi dilakukan untuk menginvestigasi pengaruh sosial (*social influence*) pada keinginan untuk menggunakan teknologi. Menurut Alkhunaizan and Love (2012), *social influences* secara signifikan berpengaruh pada keinginan untuk menggunakan (*behavior intention*) e-commerce di Saudi Arabia. Dalam perspektif blogging, *social influence* secara signifikan berpengaruh pada penggunaan blog. Pengguna blog secara sukarela bergabung pada aktivitas blog karena dipengaruhi oleh aktivitas para pengguna blog yang lain (Hsu dan Lin, 2008).

*Social influence* ditemukan berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (Venkatesh, 2003; Sedana &

Wijaya, 2010; Jati & Laksito, 2012; Attaquayefio & Addo, 2014; Abar, 2013; Rivai, 2014). Kecuali Jati & Laksito (2012) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara norma-norma sosial terhadap pemanfaatan teknologi informasi. besar terhadap *social influence*, meskipun dengan pengalaman yang terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara faktor-faktor sosial terhadap pemakai sistem, maka faktor-faktor sosial seperti besarnya dukungan teman sekerja, manajer senior, pimpinan dan organisasi merupakan faktor penting dalam penerimaan suatu sistem.

Hasil ini juga didukung dengan tanggapan rata-rata responden untuk variabel *social influence* adalah masuk kategori setuju dan sangat setuju atau tinggi dan sangat tinggi. Hasil ini memberikan gambaran bahwa sebagian besar responden bermain *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBG)* karena pengaruh dari orang lain atau orang sekitar. Beberapa teori mengatakan bahwa *social influence* membentuk perilaku para pemain (Hsu & Lu, 2004). Penerimaan suatu teknologi biasanya juga dipengaruhi oleh faktor sosial. Misalnya, seseorang memainkan suatu permainan karena dipengaruhi oleh temannya. Sehingga, dapat dikatakan bahwa faktor sosial mempengaruhi penerimaan suatu teknologi atau *game online* (Yang, dkk, 2011).

### Variabel *Experiences* dengan *Behavioral intention*

Pengaruh *experiences* terhadap *Behavioral intention* dapat diketahui melalui hasil uji *t* yang memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  (5%), dengan demikian dapat dikatakan jika terdapat pengaruh *Experiences* terhadap *Behavioral intention*. Berdasarkan hasil uji *t* *Experiences* didapatkan nilai signifikansi dengan nilai  $0,000 < 0,05$  yang berarti secara parsial *Experiences* memiliki pengaruh yang signifikan dengan *Behavioral intention*. Dari hal tersebut maka dapat dikatakan jika hipotesa penelitian diterima.

Hasil penelitian Kiefer & Kelly (1995) menunjukkan bahwa kualitas pengalaman yang dinilai oleh pelanggan sangat mempengaruhi persepsi mereka atas nilai yang didapat. Ketika konsumen menilai kualitas pengalaman yang dirasakan tinggi, maka ia akan mempersepsikan nilai yang didapat tinggi pula dan pada akhirnya akan mempengaruhi ketertarikan konsumen pada penggunaan suatu *game online*.

Hasil ini juga didukung dengan tanggapan rata-rata responden untuk variabel *experiences* adalah masuk kategori sangat setuju atau sangat tinggi. Hasil ini memberikan gambaran bahwa sebagian besar responden bermain *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Karena responden sudah mempunyai pengalaman memainkan *game sejenis*. Pengalaman memegang peranan dalam mempengaruhi *Behavioral Intention* pada *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Oleh karena itu, orang-orang yang memiliki pengalaman yang pernah memainkan permainan sejenis *PUBGM* dapat merasa tertarik untuk memainkan *game PUBGM* ketika *PUBGM* dirilis

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Artinya pengguna atau pemain *game PUBGM* semakin percaya dengan sistem yang telah disediakan oleh *PUBGM*. Sehingga para pengguna atau pemain *game PUBGM* merasa nyaman memainkan *game PUBGM*.
2. *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Artinya Jika *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)* mudah untuk dimengerti maka responden akan tertarik

memainkan *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*.

3. *Social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Artinya sebagian besar pengguna atau pemain *Game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)* bermain game tersebut, karena pengaruh dari orang lain atau orang sekitar.
4. *Experiences* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Artinya orang-orang yang memiliki pengalaman yang pernah memainkan permainan sejenis *PUBGM* dapat merasa tertarik untuk memainkan *game PUBGM* ketika *PUBGM* dirilis

### Saran

1. Untuk mempertahankan *performance expectancy* pihak developer harus tetap mempertahankan atau bahkan meningkatkan lagi sistem yang dimiliki. Walaupun sistem permainan dari *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Sudah dapat dikatakan layak untuk melatih konsentrasi bagi para pemainnya, agar semakin fokus dalam mengerjakan misi yang diberikan. Pihak developer tetap harus menjaga atau bahkan mengembangkan sistem-sistem lain yang dapat membuat pemain lama dan atau calon pemain baru agar tertarik dengan permainan *PUBGM*.
2. *Effort expectancy*  
Walaupun di era saat ini sudah banyak permainan-permainan serupa, tetapi pihak developer harus tetap muncul dengan ide-ide terobosan baru yang semakin mempermudah pemain dan atau calon pemain agar tetap memiliki daya tariknya tersendiri.
3. *Social influence*  
Untuk saat ini, pihak developer *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)*. Harus lebih memperbaiki sistem percakapan atau interaksi antara sesama pemain *game PUBGM*, karena sampai saat ini masih banyak pengguna atau *player* dari *PUBGM* yang menggunakan kata-kata mengandung SARA
4. *Experience*  
Untuk mempertahankan pengalaman bermain yang lebih baik kedepannya, pihak developer *game mobile Player Unknown's Battleground (PUBGM)* harus lebih meningkatkan mode permainan *PUBGM* itu sendiri. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman bermain para *player game PUBGM*, sehingga nantinya para *player* atau pengguna *game PUBGM* tidak merasa bosan dan semakin tertantang untuk terus memainkan *game PUBGM*

### DAFTAR REFERENSI

- Al-Gahtani, S. S., Hubona, G. S., & Wang, J. (2007). Information technology in Saudi Arabia: culture and the acceptance and use of information technology. *Information and Management*, 6, 81-191.
- Alkhunaizan, Abdul Mohsin dan Dr. Steve Love. (2012). What drives mobile commerce? an empirical evaluation of the revised UTAUT model. *International journal of management and marketing academy*, 2(1), 82-99.
- Hsu, Chia-Lin., Kuo-Chien, Chan, dan Mu-Chen, Chen. (2012). The impact of website quality on consumer satisfaction and purchase intentions: perceived playfulness and perceived flow as mediators. *Information system E-Bus management*, 10, 549-570.
- Iriani, S., Suyanto M., dan Amborowati A., (2014). Pengujian sistem informasi pengelolaan keuangan daerah berbasis web kabupaten pacitan dengan menggunakan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)*. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 3(2), 60-66.
- Jati, Nugroho jatmiko dan Herry Laksito. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemanfaatan dan penggunaan E-Ticket. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Kijsanayotin, B., Pannarunothai, S., & Speedie, S. M. (2009). Factors influencing health information technology adoption in Thailand's community health centers: applying the UTAUT model. *International Journal of Medical Informatics*, 78(6), 404-16.
- Kiefer, N.M., & John, K.T. (1995). *Price recollection and Perceived Value in Restaurants*.
- Ku, Y.-C., & Tai, Y.-M. (2013). *Will stock investors use mobile stock trading a benefit-risk assessment based on a modified UTAUT model*. National Pingtung Institute of Commerce: Taiwan.
- Khotimah, Qusnul. (2014). Analisis potensi dan efektifitas penerimaan pajak hotel dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. *Jurnal Ilmiah FEB Universitas Brawijaya Malang*, 2(2).
- Lawan, A., dan Dahalin Z. M., (2011). Effectiveness of telecentre using a model of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): Structural equation modeling approach, *CIS Journal*, 2(9), 402-412
- Ling, Kwek Choon et.al. (2010). *The effects of shopping orientations, online trust and prior online purchase experience toward customers' online purchase intention*. International Business Research: Malaysia.
- Mahendra, A. R., dan Affandy D. P., (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemanfaatan sistem informasi pengelola keuangan daerah (SIPKD) (Studi Kasus pada Pemerintah Kota Blitar), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1-23.
- Rivai, V (2014). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan*. Jakarta: Murai Kencana.
- Sedana, I. G., & Wijaya, S. W. (2010). UTAUT model for mnderstanding learning management system. *Internetworking Indonesia Journal*, 2(2), 27-32.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma (2003), *Research methods for business: a skill building aproach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- Taylor, S and Todd, P.A. (1995), understanding information technology usage: a test of competing models, *Information Systems Research*. 6, 144-176
- Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis and Fred D. Davis. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly Vol. 27, No. 3 (Sep., 2003), pp. 425-478*.
- Venkatesh, V. dan Davis, F.D. 2000. *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. Management Science*, 46 (2), pp. 186-204.
- Widnyana, I. I. D. G. P., dan Yadnyana I. K., 2015, Implikasi Model UTAUT Dalam Menjelaskan Faktor Niat Dan Penggunaan SIPKD Kabupaten Tabanan, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 11, No. 2, 515-530.