

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *FLOW EXPERIENCE* DAN
ONLINEGAMING ENJOYMENT TERHADAP *CONTINUANCE*
INTENTION TO PLAY PUBG MOBILE UNTUK MENJADI PEMAIN E-
SPORT**

Studi kasus pada Generasi Z di Kota Yogyakarta



Disusun Oleh:

**Michael Apriliano Kairupan
11180505**

DUTA WACANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

**Michael Apriliano Kairupan
11180505**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Flow Experience* dan *Online Gaming Enjoyment* Terhadap *Continuance Intention to Play PUBG Mobile* Untuk Menjadi Pemain *E-Sport*. Studi Kasus Pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta

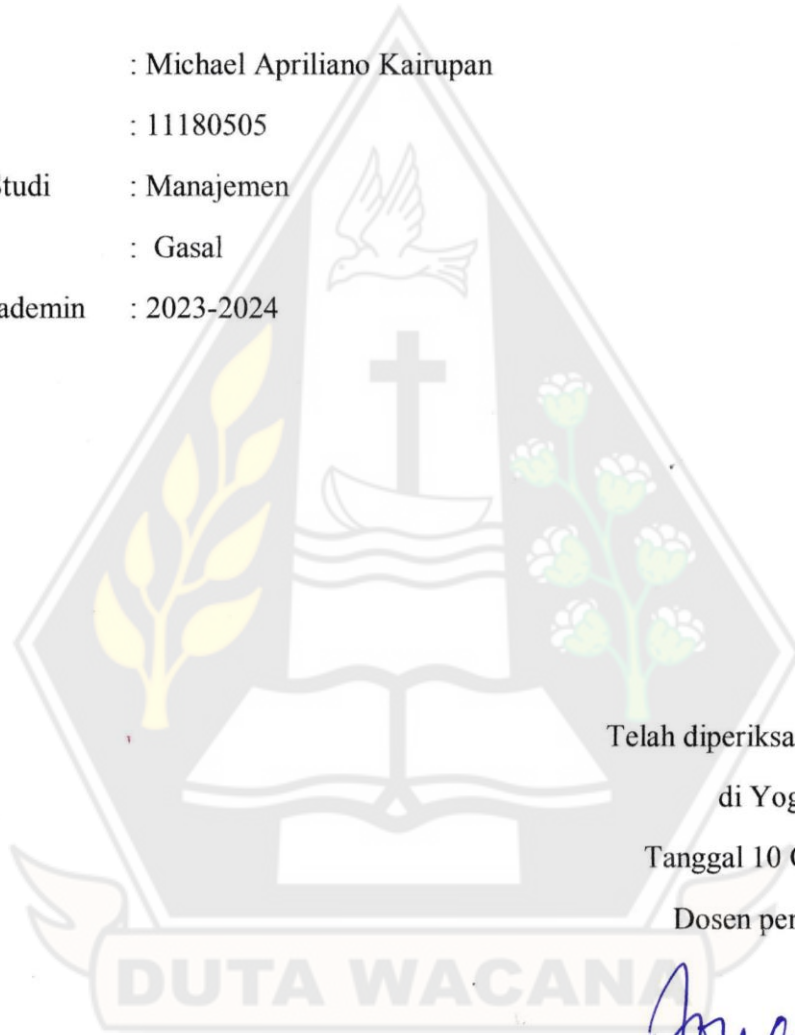
Nama : Michael Apriliano Kairupan

Nim : 11180505

Program Studi : Manajemen

Semester : Gasal

Tahun Akademin : 2023-2024



Telah diperiksa dan disetujui
di Yogyakarta

Tanggal 10 Oktober 2023

Dosen pembimbing

Jonathan Herdioko, SE., MM

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *FLOW EXPERIENCE* DAN *ONLINE GAMING ENJOYMENT* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION TO PLAY* *PUBG MOBILE* UNTUK MENJADI PEMAIN E-SPORT

Studi kasus pada Generasi Z di Kota Yogyakarta

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Michael Apriliano Kairupan

11180505

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar




Sarjana Manajemen pada

Selasa, 24 Oktober 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Singgih Santoso, MM
(Ketua Tim)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Pembimbing)

: 
: 
: 

Yogyakarta, 30 Oktober 2023

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si

Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *FLOW EXPERIENCE* DAN *ONLINE GAMING ENJOYMENT* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION TO PLAY* PUBG MOBILE UNTUK MENJADI PEMAIN E-SPORT Studi kasus pada Generasi Z di Kota Yogyakarta”

Yang saya kerjakan akan melengkapi Sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil atau duplikasi dari karya pihak lain diperguruan Tinggi Atau Intansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi yang telah saya buat adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 10 Oktober 2023



Michael Apriliano Kairupan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michael Apriliano Kairupan
NIM : 11180505
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *FLOW EXPERIENCE* DAN *ONLINE GAMING ENJOYMENT* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION TO PLAY PUBG MOBILE* UNTUK MENJADI PEMAIN E-SPORT (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA YOGYAKARTA)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 30 Oktober 2023

Yang menyatakan



(Michael Apriliano Kairupan)

NIM : 11180505

HALAMAN MOTTO

“Kita Harus Lebih Kuat Dari Hari Kemarin” (Rock Lee)

“Penderitaan Membuat semakin Kuat dan Berkembang” (Nagato Pain)

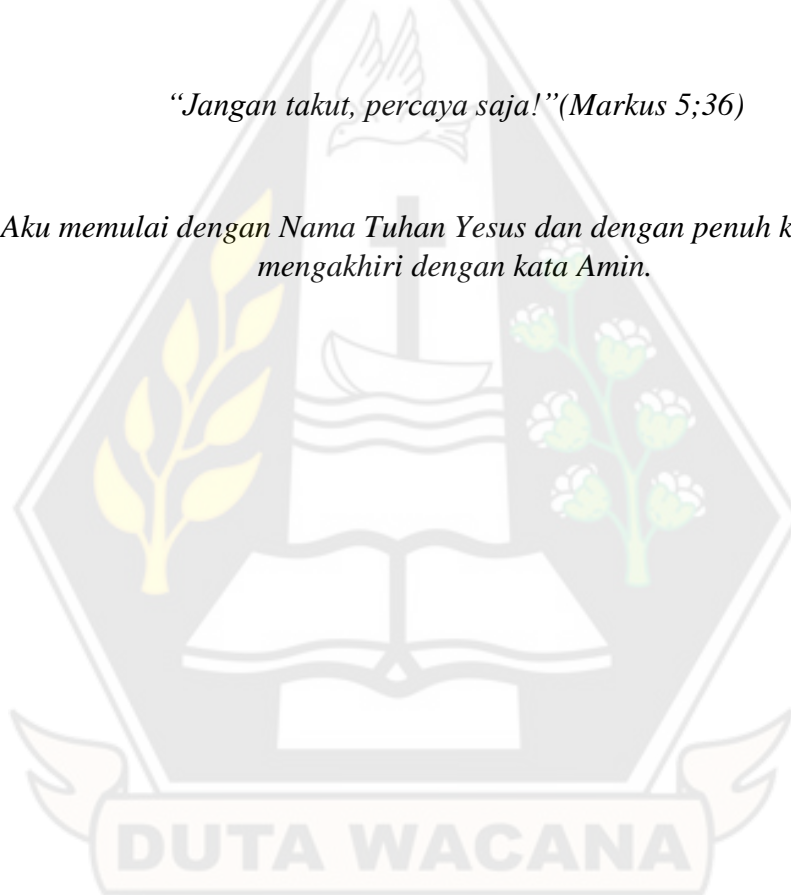
“Manusia Tidak Akan Pernah Saling Memahami Sebelum Manusia Merasakan Rasa Sakit Yang Sama”

(Nagato Pain)

Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, “Prove Them Wrong” “Gonna fight and don’t stop, until you are proud”

“Jangan takut, percaya saja!” (Markus 5;36)

Aku memulai dengan Nama Tuhan Yesus dan dengan penuh keyakinan mengakhiri dengan kata Amin.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Untuk diri sendiri, terima kasih telah berjuang sampai sejauh ini, terimakasih sudah berproses, dan tetap kuat sampai detik ini.
3. Kepada orang tua saya papa dan mama yang selalu menjadi sumber kekuatan dan penyemangat bagi saya, yang selalu mendukung setiap hal yang baik yang saya lakukan, dan selalu memberikan yang terbaik bagi saya. Terima kasih banyak sudah menjadi orang tua yang baik.
4. Untuk yang Selalu Bertanya “kapan skripsimu selesai? “Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai?
Karena mungkin ada suatu hal dibalik terlambatnya mereka lulus, dan percayalah, alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan yang maha kasih atas segala limpahan kasih, karunia, dan kehendaknya sehingga tugas akhir skripsi dengan judul **PENGARUH BRAND AMBASSADOR, FLOW EXPERIENCE DAN ENJOYMENT TERHADAP INTENTION TO PLAY UNTUK MENJADI PEMAIN E-SPORT (PUBG MOBILE)**, dapat diselesaikan dengan baik. Selesaiannya tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih kepada semuanya yang telah membantu saya dalam pembuatan karya ini, ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. Ing Wiyatiningsih, S.T., M.T. Selaku Rektor Universitas Kristen Duta Wacana
2. Dr. Perminas Pangeran, M.Si.,CSA.,CRP. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
3. Dr. Elok Pakaryaningsih Selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
4. Dr. Singgih Santoso, MM. Selaku Kaprodi Magister Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
5. Jonathan Herdioko, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu selama proses bimbingan
6. Seluruh Dosen Pengajar Di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
7. Orang tua yang terkasih Bapak Alung Kairupan dan Ibu Lily Laorens yang

telah membiayai dan berkorban banyak demi keberhasilan dalam proses penyelesaian tugas akhir ini serta memberikan semangat, dan doa yang tiada hentinya.

8. Saudara penulis kaka perempuan dan adik laki - laki, Tieni Feranica Kairupan dan Marcelino Adriano Kairupan yang senantiasa mendoakan, menasehati dan memberikan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini
9. Sepupu - sepupu yang terus menyemangati dan mendoakan dalam penyelesaian tugas akhir ini
10. Pacar penulis Dwiani Regithia Tude yang telah memberikan dukungan penuh serta menemani saya dari awal hingga akhir penyelesaian tugas akhir ini
11. Ka Bella yang selalu sabar memberi arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi dan terimakasih telah berperan menjadi pembimbing ke 2 bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Teman - teman penulis yang sudah menemani selama berada di yogyakarta dan yang sudah di anggap seperti keluarga sendiri. Enrico, Yogi, Boris, Elung, Jean Martin S.T, Komar, Luthfi, Acca, Cinta, Lolla, Enjel, Yaya.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga dapat terselesaikannya Tugas akhir ini.

DUTA WACANA

Dalam pembuatan tugas akhir ini walaupun telah berusaha semaksimal mungkin, penulis tentunya masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki, oleh karena itu diharapkan saran dan kritik untuk membangun kesempurnaan karya ini. Semoga karya ini bermanfaat.

Yogyakarta, Oktober 2023

Penulis:



Michael Apriliano Kairupa



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
1.1 Rumusan Masalah.....	6
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Kontribusi Penelitian.....	7
1.4 Batasan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1. Brand Ambassador.....	9
2.1.2. Flow Experience.....	13
2.1.3. Online Gaming Enjoyment.....	19
2.1.4. Continuance Intention to Play.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.4 Kerangka Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Data dan Sumber.....	34
3.2. Definisi Variabel dan Pengukuran.....	34
3.3.1. Pengukuran Variabel.....	35

3.3. Desain Penelitian	36
3.3.1. Metode Pengumpulan Data	36
3.3.2. Populasi	36
3.3.2 Sampel	36
3.4 Model Statistis dan Uji Hipotesis	37
3.4.1 Uji Validitas	37
3.4.2 Uji Reliabilitas	38
3.4.3 Analisis Statistik Deskriptif	38
3.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
3.4.6 Uji Statistik F (Uji F)	40
3.4.7 Uji t-Statistik (Signifikansi Parameter Individual)	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	41
4.1 Analisis Data	41
4.1.1 Uji Validitas	41
4.1.2 Uji Reliabilitas	43
4.2 Analisis Deskriptif	43
4.3 Analisis Linear Berganda	45
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.3.3 Uji F	48
4.3.4 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	49
4.4 Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Keterbatasan Penelitian	53
5.3 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian terdahulu

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel Tabel 3 Uji Valid

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Tabel 5 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Tabel 6

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 7 Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan Tabel 8 Hasil Analisis

Regresi Linear Berganda

Tabel 9 Koefisien Determinasi Tabel 10 Uji F

Tabel 11 Uji T



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Uji Valid dan Reliabilitas Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Linear

Berganda



**“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *FLOW EXPERIENCE* DAN
ONLINE GAMING ENJOYMENT TERHADAP *CONTINUANCE
INTENTION TO PLAY PUBG MOBILE* UNTUK MENJADI PEMAIN E-
SPORT”**

Studi kasus pada Generasi Z di Kota Yogyakarta

Michael Apriliano Kairupan 11180505 Program Studi Manajemen Fakultas
Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Email: Renaldold@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, *flow experience* dan *online gaming enjoyment* terhadap *continuance intention to play* PUBG Mobile terhadap generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah *brand ambassador*, *flow experience* dan *online gaming enjoyment*, dan variabel terikat adalah *continuance intention to play*. Populasi dalam penelitian adalah generasi Z yang berada di Kota Yogyakarta. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Sampel yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linear berganda, untuk melakukan uji koefisien determinasi (R^2), Uji F, dan Uji t, dengan terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen penelitian dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil dan analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien determinasi R^2 yaitu sebesar 59,3%, menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi sebesar 59,3% dan variabel independen sebesar 40,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi dalam penelitian ini. Melalui uji regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa *brand ambassador*, *flow experience* dan *online gaming enjoyment* berpengaruh secara signifikan positif terhadap *continuance intention to play* bermain PUBG Mobile.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Flow Experience*, *Online Gaming Enjoyment* dan *Continuance Intention to Play*

**“THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, FLOW EXPERIENCE,
ONLINE GAMING ENJOYMENT ON THE CONTINUANCE INTENTION
TO PLAY PUBG MOBILE”**

Study Towards Z Generation in Yogyakarta City

Michael Apriliano Kairupan 11180505

*Faculty of Business Management Study Program Duta Wacana Christian
University*

Email: Renaldold@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand ambassadors, flow experience and online gaming enjoyment on PUBG Mobile's continuance intention to play towards generation Z in Yogyakarta City. This research is a quantitative research. In this study, there are independent variables and dependent variables. The independent variables are brand ambassador, flow experience and online gaming enjoyment, and the dependent variable is continuance intention to play. The population in the study is Z generation who are in the Yogyakarta City. Sample determination in this study used the non-probability sampling method, with purposive sampling techniques. The sample processed in this study was 100 respondents. This study uses multiple linear regression data analysis methods, to test the coefficient of determination (R^2), F Test, and t Test, by first testing research instruments with validity and reliability tests. The results and data analysis that have been carried out show that the R^2 coefficient of determination is 59.3, showing that the dependent variable is influenced by 59.3% and the other independent variable by 40.7% is influenced by other factors outside the regression model in this study. Through multiple linear regression tests, it can be concluded that brand ambassadors, flow experience and online gaming enjoyment have a significantly positive effect on the continuance intention to play PUBG Mobile.

Keywords: Brand Ambassador, Flow Experience, Online Gaming Enjoyment and Continuance Intention to Play

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah membawa banyak perubahan dan kemudahan di kehidupan masyarakat seperti komunikasi, transaksi dan bisnis. Selain mempermudah masyarakat dalam komunikasi dan bisnis, teknologi di industri 4.0 saat ini juga mengembangkan cabang olahraga berbasis digital. Gatot S. Dewa Broto menyampaikan bahwa, sejak tahun 2008 cabang olahraga berbasis digital atau dikenal dengan *Electronic Sports (E-sport)* mulai diterima oleh masyarakat (Kominfo, 2022). Cabang olahraga *e-Sport* merupakan olahraga digital yang terorganisir dengan pelatihan khusus sama seperti halnya atlet profesional sepak bola, bulutangkis, ataupun basket (Wahyudi, 2017).

Cabang olahraga *e-Sport* tentu menarik perhatian dan minat berbagai kalangan terutama dari generasi Z. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) populasi Indonesia saat ini, generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012 yang kini berusia 11-26 tahun. Kisaran usia generasi Z, merupakan usia yang relatif aktif dalam bermain *game* dan memiliki potensi serta kesempatan untuk menjadi pemain *e-Sport*. Di Indonesia sendiri, telah berdiri Timnas Nasional *e-Sport*, yang berhasil menjadi juara umum pada kejuaraan *E-sport* dunia yaitu *International E-Sports Federation (IESF) 14th World E-sports Championship 2022* (Putranto, 2022). Pemerintah tentu memberikan dukungan penuh atas perkembangan dan persiapan *e-Sport*. Pemerintah telah menyediakan fasilitas sarana dan prasarana pembinaan prestasi cabang olahraga *e-Sports* untuk mengikuti *multievent* olahraga internasional yang dilakukan oleh Kemenpora dan

telah melakukan turnamen *e-Sport* tingkat nasional yang diadakan secara daring oleh Kemenpora (Novrizaldi, 2021).

Ketertarikan terhadap *e-Sport* dapat dikatakan sebagai *intention*, yang merupakan niat terhadap seseorang dalam memainkan permainan yang disukai (Tojo dan Widjaja, 2019). Ketika seseorang memainkan *game*, maka muncul adanya niat yang berkelanjutan untuk bermain *game* kembali yang disebut sebagai *continuance intention to play*. Ketertarikan tiap individu terhadap *game* tentu berbeda, karena terdapat banyak jenis *game* pada *e-Sport*. Menurut survei yang dilakukan, *PUBG Mobile* menduduki posisi *game* paling populer dengan total unduhan lebih dari 100 juta kali yang kemudian disusul oleh *Minecraft* dengan total unduhan 95 juta, *Apex Legend* dengan unduhan 50 juta dan *Fornite* dengan unduhan 45 juta kali (Aninsi, 2021). Berdasarkan survei tersebut *PUBG Mobile* merupakan olahraga *e-Sport* yang paling banyak di unduh dan menjadi salah satu *game online* yang populer. Kepopuleran *PUBG Mobile* juga diraih melalui berbagai *event* menarik, salah satunya THR eksklusif untuk seluruh pemain di Indonesia pada bulan april melalui *game event*, yaitu “THR: The Heroes of Ramadan” yang menawarkan hadiah berupa pulsa, ribuan *voucher game* hingga beberapa unit *smartphone* (Noviyanti, 2023).

Sebagai salah satu *game* yang populer, memiliki banyak peminat yang mengunduh *PUBG Mobile* menandakan bahwa jumlah pemain *PUBG* berkembang pesat setiap tahunnya. Industri *game online* harus lebih memperhatikan peningkatan pesat yang terlihat dalam jumlah pengguna internet, karena ini menunjukkan lebih banyak permintaan potensial yang harus dipertimbangkan ketika mereka mengembangkan strategi pemasaran untuk masa yang akan datang (Chang et al.,

2013), begitu pula dengan faktor pendorong *continuance intention to play* dari pemain *game* PUBG Mobile.

Popularitas yang diperoleh *PUBG Mobile* tentu menggunakan strategi untuk mempengaruhi dan mengajak konsumen agar memainkan *PUBG Mobile* lagi. Salah satunya adalah dengan memilih *brand ambassador*. *Brand ambassador* adalah ikon budaya atau identitas, dimana mereka bertindak sebagai alat pemasaran yang mewakili pencapaian individualisme dan komersialisasi suatu produk (Gita dan Setyorini, 2016). Salah satu *brand ambassador* *PUBG Mobile* dari Indonesia adalah Pratama Arhan, yang merupakan atlet sepak bola. Kolaborasi antara Pratama Arhan dengan *PUBG Mobile* disebabkan, banyaknya pemain *PUBG Mobile* yang merupakan penggemar sepak bola, oleh karena itu kolaborasi ini diharapkan dapat membawakan pengalaman bermain *PUBG* dengan nuansa Piala Dunia 2022 (Noviyanti, 2022).

Adanya peran *brand ambassador* dengan menggunakan selebritas terkenal tentu memiliki pengaruh terhadap generasi z. Generasi z akan merasa tertarik jika *brand ambassador* tersebut adalah idola mereka, ataupun selebritas yang memiliki citra baik. Menurut Glover (2009), konsumen menganggap bahwa *brand ambassador* yang kredibel memiliki lebih banyak pengetahuan mengenai produk atau jasa oleh karena itu, mereka lebih memperhatikan rekomendasi dari sumber atau *brand ambassador* yang kredibel. Peran yang dimiliki *brand ambassador*, sangatlah penting dalam menarik minat konsumen terutama generasi z, dengan melihat adanya *brand ambassador* yang memberikan informasi terbaru kepada generasi z yang sebelumnya berhenti dari dunia *game online*. Terkadang kesibukan tiap individu membuat mereka kurang *up-to-date* mengenai informasi-informasi

penting dari PUBG Mobile, dengan adanya *brand ambassador* hal tersebut dapat disampaikan dengan baik sehingga memicu keinginan pemain untuk bermain lagi.

Selain menggunakan strategi pemasaran dengan *brand ambassador*, untuk menumbuhkan *continuance intention to play* pada *PUBG Mobile* juga didorong oleh adanya *flow experience* dan *enjoyment*. Shin dan Shin (2011) menyatakan bahwa “*flow*” adalah keadaan mental seseorang, di mana orang tersebut sepenuhnya tenggelam dalam aktivitas yang dia lakukan dan ditandai dengan perasaan fokus yang energik, keterlibatan penuh, dan keberhasilan dalam proses aktivitas”. Konsentrasi dan fokus penuh akan dilakukan seseorang ketika bermain *game*, karena setiap bermain *game* konsentrasi seseorang akan teralihkan dari hal lainnya dan hanya fokus pada tujuan dari bermain *game*. Salah satu faktor untuk melihat adanya *flow experience*, dengan melihat desain *game* yang dirancang oleh perusahaan yang disesuaikan dengan selera dan minat generasi z, jika desain *game* mampu memicu *flow experience* yang diinginkan pemain maka akan meningkatkan niat untuk bermain *game* itu kembali (Harnadi, 2017; Kaltum et al., 2018).

Flow experience merupakan sebuah pengalaman bagi pemain yang begitu menyerap sehingga membuat pemain terlibat pada *game* secara total, sehingga mereka melupakan dunia di sekitar mereka, hal tersebut merupakan hobi yang menyenangkan dengan jumlah tantangan yang sesuai (Nurfauzan dan Tangchan, 2021). Generasi z berada pada rentang usia (11-26 tahun) yang menyukai tantangan dan hal-hal yang menyenangkan, dalam konteks *game online*, pemain yang merasakan *flow experience* yang tinggi ketika bermain *game* mungkin lebih bersedia untuk melibatkan diri dalam *game online* karena mereka tertarik untuk merasakan *flow experience* dan itu merupakan hal yang menyenangkan untuk

dilakukan. Sehingga hal ini membuat banyaknya generasi z yang ingin bermain lagi pada *game* yang menurut mereka memiliki tantangan yang menyenangkan dan membuat mereka merasakan *flow experience*. Menurut Ghazali et al., (2018) *flow* merupakan konstruk uni-dimensional yang berbeda dengan *enjoyment*. *Flow experience* ini berbeda dengan *enjoyment*, namun saling berkaitan satu sama lain, yang kemudian dapat menjadi faktor untuk meningkatkan *continuance intention to play* seseorang. *Level flow experience* yang tinggi dapat diperumpamakan dengan insentif yang kuat bagi seseorang untuk mengaktualisasikan harapan menjadi sebuah keinginan (Chang et al., 2013).

Menurut Wu dan Liu (2007), *online gaming enjoyment* merupakan kenikmatan yang dirasakan pemain *game online*. *Enjoyment* dalam konteks *game online* dapat dilihat sebagai sejauh mana aktivitas bermain *game* dianggap menyenangkan dalam dirinya sendiri, jika dibandingkan dengan kegiatan lain seperti belanja *online* dan penggunaan teknologi lainnya, bermain *game online* lebih berorientasi pada pengalaman. Karena rekreasi sifat *game online*, satu aspek penting untuk dipelajari adalah *enjoyment*. Menurut Qian et al., (2019) bahwa pemain *e-sport* dapat termotivasi untuk terlibat dalam *e-sport* dengan mendapatkan perasaan *enjoyment* sebagai sarana hiburan dan keseruan pada kompetisi *e-Sport*.

Ketika bermain *game*, tentu setiap pemain mencari kesenangan, sebagai salah satu cara untuk melepaskan *stress* atau kepenatan yang dirasakan tiap individu, sehingga seseorang yang merasakan *online gaming enjoyment*, kemungkinan besar menimbulkan niat untuk bermain *game* kembali. Pada rentang usia generasi z yaitu 11-26 tahun tentu tujuan mereka bermain *game online* adalah untuk mencari kesenangan, pemain yang mengalami kesenangan dan respons

emosional dari kesenangan tersebut lebih cenderung termotivasi untuk bermain kembali. *Enjoyment* dalam konteks *online game* dapat dilihat sebagai sejauh mana aktivitas bermain *online game* dianggap menyenangkan dalam dirinya sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis mengangkat penelitian tentang **“PENGARUH BRAND AMBASSADOR, FLOW EXPERIENCE DAN ENJOYMENT TERHADAP CONTINUANCE INTENTION TO PLAY PUBG MOBILE UNTUK MENJADI PEMAIN E-SPORT”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang sudah dijabarkan, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini:

- a) Apakah *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap *continuance intention to play* untuk menjadi pemain *e-Sport* pada generasi Z?
- b) Apakah *flow experience* berpengaruh positif terhadap *continuance intention to play* menjadi pemain *e-Sport* pada generasi Z?
- c) Apakah *enjoyment* berpengaruh positif terhadap *continuance intention to play* menjadi pemain *e-Sport* pada generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap *continuance intention to play* menjadi pemain *e-Sport* pada generasi Z.
- b) Untuk mengetahui pengaruh *flow experience* terhadap *continuance intention to play* menjadi pemain *e-Sport* pada generasi Z.
- c) Untuk mengetahui pengaruh *enjoyment* terhadap *continuance intention to play* menjadi pemain *e-Sport* pada generasi Z.

1.4 Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak berikut ini.

a) Perusahaan

Penelitian ini diharap dapat membantu pihak perusahaan *game* yang berpartisipasi dalam cabang olahraga *e-Sport* dengan menilai pengaruh dari *brand ambassador*, *flow experience*, *enjoyment* terhadap *continuance intention to play* tiap pemain sehingga membantu perusahaan *game*, untuk menerapkan strategi yang meningkatkan niat berkelanjutan pemain *game* untuk bermain *game* dan merekomendasikannya kepada kerabat dan teman mereka.

b) Penulis

Penelitian ini hendaknya memperluas pengetahuan atau wawasan terkini bagi penulis, khususnya terhadap perkembangan teknologi dan cabang olahraga *e-Sport* serta manfaat dari manajemen pemasaran terhadap minat konsumen.

c) Akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberi wawasan dan pengetahuan sehingga dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya, terutama pada strategi pemasaran.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan permasalahan digunakan agar tidak terjadi pelebaran masalah dan lebih terarah, ringkas, dan sederhana. Maka, batasan masalah mencakup:

- a) Responden dalam penelitian ini merupakan generasi gen Z (yang lahir antara tahun 1997-2012) yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
- b) Obyek dari penelitian ini merupakan cabang olahraga *e-Sport PUBG Mobile*.
- c) Jumlah responden sebanyak 100 responden, yang pernah bermain *PUBG Mobile* minimal 1 kali dan memiliki minat untuk bermain lagi.
- d) Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari hingga bulan Agustus 2023.
- e) Variabel Independen adalah *brand ambassador*, *flow experience* dan *enjoyment*. Variabel dependen adalah *continuance intention to play*.



BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Flow Experience* dan *Enjoyment* terhadap *Continuance Intention to Play* PUBG Mobile Untuk Menjadi Pemain E-Sport”. Maka, penulis mengambil kesimpulan, yaitu:

- 1) Responden penelitian dengan usia 21-26 tahun lebih dominan dengan persentase 75%, responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa memiliki persentase 45%. Responden perempuan lebih dominan dibandingkan responden laki-laki.
- 2) Hasil uji t variabel *brand ambassador* (X1) memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap *continuance intention to play* (Y). Sehingga hipotesis pertama dapat diterima.
- 3) Hasil uji t variabel *flow experience* (X2) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *continuance intention to play* (Y). Sehingga hipotesis kedua diterima.
- 4) Hasil uji t variabel *enjoyment* (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *continuance intention to play* (Y). Sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- 1) Sampel responden hanya berfokus pada generasi Z dan jumlah responden yang diperoleh sebanyak 151 responden, namun jumlah responden yang diolah hanya sebanyak 100 responden.
- 2) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya mempengaruhi sebesar

59,3% pada variabel *continuance intention to play*. Sehingga terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi selain *brand ambassador*, *flow experience* dan *enjoyment*.

- 3) Data kuesioner disebarakan melalui *google form* sehingga penulis tidak dapat mengontrol keseluruhan atau secara langsung bagaimana responden mengisi angket kuesioner. Terdapat kemungkinan adanya responden yang kurang atau belum jujur ketika mengisi angket kuesioner.

5.3 Saran

- 1) Bagi Perusahaan

- a. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan PUBG Mobile dapat mempertahankan kualitas permainan game PUBG Mobile karena peminatnya yang besar sehingga dapat bertahan dan bersaing dengan pesaing bisnisnya.
- b. Perusahaan dapat memilih *brand ambassador* lain pada periode berikutnya, dengan mempertahankan kualitas *brand ambassador* yang sesuai sehingga dapat meningkatkan *continuance intention to play* dari pemain terhadap PUBG Mobile.

- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas tentang *brand ambassador*, *flow experience*, *online gaming enjoyment* dan *continuance intention to play*.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menambah metode atau menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi *continuance intention to*

play.

- c. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengisi keterbatasan dan kekurangan terhadap kriteria responden seperti pada rentang usia, karena di dalam penelitian ini hanya berfokus pada generasi Z yang berusia dari 11 tahun hingga 26 tahun.



DAFTAR PUSTAKA

- Aninsi, N. (2021, Oktober 05). *Deretan Game Nomor 1 di Dunia dengan Pemain Aktif Terbanyak*. Retrieved from Katadata: Di akses pada 15 Mei 2023.
- Bhattacharjee, A. (2011), “*Understanding information systems continuance: an expectation– confirmation model*”, *MIS Quarterly*, Vol. 25 No. 3, pp. 351-370.
- BPS, H. (2021, Januari 21). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak: Di akses pada 5 Juni 2023.
- Boyle, E.A., Connolly, T.M., Hainey, T. and Boyle, J.M. (2012), “*Engagement in digital entertainment games: a systematic review*”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 28 No. 3, pp. 771-780.
- Chang, I. C., Liu, C. C., & Chen, K. (2014). The effects of hedonic/utilitarian expectations and social influence on continuance intention to play online games. *Internet Research*, 24(1), 21–45. <https://doi.org/10.1108/IntR-02-2012-0025>
- Chang, T.-S., Ku, C.-Y., & Fu, H.-P. (2013). *Grey theory analysis of online population and online game industry revenue in Taiwan*. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(1), 175–185. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.06.009>
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods*. McGraw-Hill Companies.
- Csikszentmihalyi, M. (1975), “*Play and intrinsic rewards*”, *Journal of Humanistic Psychology*, Vol. 15 No. 3, pp. 135-153.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper Perennial.
- Csikszentmihalyi, M. (2002), *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, 2nd ed., Harper and Row, New York, NY.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. GUEPEDIA.
- De Chernatony, L. (2006), *From Brand Vision to Brand Evaluation: Strategically Building and Sustaining Brands*, Oxford: Butterworth Heinemann.
- Dyah Nirmala Arum Janie, S. M. (2012). *STATISTIK DESKRIPTIF & REGRESI LINEAR BERGANDA*. Semarang: Semarang University Press.

- Davies, G. and R. Chun (2003), 'The use of metaphor in the exploration of the brand concept', *Journal of Marketing Management*, 19: 45–71.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Fishbein, M. and I. Ajzen, *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, MA, Addison-Wesley, 1975.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Ghazali, E. (2018). *Exploring player behavior and motivations to continue playing Pokémon GO*. 2016. <https://doi.org/10.1108/ITP-07-2017-0216>
- Glover, P. (2009). *Celebrity endorsement in tourism advertising: Effects on destination image*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), pp. 16-23.
- Goutam, D. 2013. *Influence of Brand Ambassadors on Buying Behavior of Soft Drinks: With Reference to Belgaum City*. *IMPACT: International Journal of Research in Business Management*, 1, 9-18.
- Guo, Z., Xiao, L., Van Toorn, C., Lai, Y. and Seo, C. (2016), "Promoting online learners' continuance intention: an integrated flow framework", *Information and Management*, Vol. 53 No. 2, pp. 279-295.
- Heijden, H. Van Der, Verhagen, T., & Creemers, M. (2003). *Understanding Online purchase intentions: contributions from technology and trust perspectives*, (July), 41–48. HYPERLINK "https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000445" <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000445>
- Huang, L.Y. and Hsieh, Y.J. (2011), "Predicting online game loyalty based on need gratification and experiential motives", *Internet Research*, Vol. 21 No. 5, pp. 581-598.
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Kawabata, M., & Mallett, C. J. (2011). *Flow experience in physical activity: Examination of the internal structure of flow from a process-related perspective*. *Motivation and Emotion*, 35(4), 393–402. <https://doi.org/10.1007/s11031-011-9221-1>
- Koo, D. M. (2008). *The moderating role of locus of control on the links between experiential motives and intention to play online games*. *Computers in Human Behavior*, 466–474.

- Kominfo.jatimprov.go.id. (2022, Juli 17). *Pahami Tantangan dan Peluang E-Sport di Masa Depan, Unusa Hadirkan Praktisi*. Retrieved from Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur: Di Akses pada 5 Juni 2023.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lee, M. (2009). *Understanding the behavioural intention to play online games*. *Online Information Review*, 33(5), 849-872. doi: 10.1108/14684520911001873.
- Merhi, M. I. (2016). *Towards a framework for online game adoption*. *Computers in Human Behavior*, 60, 253–263. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.072>
- Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2002). *The Concept of Flow Optimal Experience and Its Role in Development*. *Handbook of Positive Psychology*, 89–105.
- Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2014). *The Concept of Flow*. In *Flow and the foundations of Positive Psychology* (pp. 239-263). Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9088-8_16
- Nguyen, D. (2015). *Understanding perceived enjoyment and continuance intention in mobile games*. (Masters' Thesis), Aalto University, Finland.
- Noviyanti, S. (2022, November 22). *Pratama Arhan Resmi Jadi Brand Ambassador PUBG Mobile Chicken Cup Indonesia*. Retrieved from Kompas:
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Universitas Brawijaya Press.
- Paramitha, M. P., Ekonomi, F., & Brawijaya, U. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia atau Rencana Induk Pembangunan*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–18.
- Putranto, W. G. (2022, Desember 11). *Kejuaraan Dunia eSports ke-14 2022 di Bali Resmi Ditutup, Indonesia Jadi Juara Umum*. Retrieved from Tribun News: Di akses pada 10 Mei 2023.
- Putra, M. I. (2014). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada pengguna LINE di Asia)*. 12(1), 1–10.
- Plass, J. L., O'Keefe, P. A., Homer, B. D., & Hayward, E. O. (2013). *The Impact of Individual, Competitive, and Collaborative Mathematics Game Play on Learning, Performance, and Motivation*. *Educational Psychology*, 105(4), 1050-1066.

- Rheinberg, F., & Engeser, S. (2010). *Motive training and motivational competence*. In O. C. Schultheiss & J. C. Brunstein (Eds.), *Implicit motives* (pp. 510–548). New York, NY: Oxford University Press.
- Royan, Frans. 2004. *Marketing Celebrities*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Shin, D.H. and Shin, Y.J. (2011), “*Why do people play social network games?*”, *Computers in Human Behavior*”, Vol. 27, pp. 852-861.
- Suhendro, B. P., Suprastha, I. N., & Kurniawati, D. (2023). *The Influence of Brand Ambassador, Endorsement and Social Media on Consumers’ Buying Interest on The Shopee E- Commerce Platform*. 5(1), 399–410.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Venkatesh, V. (2000). *Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model*. *Information Systems Research*, 11(4), 342-365.
- Wankel, L. M. (1985). *Personal and situational factors affecting exercise involvement: The importance of enjoyment*. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 56(3), 275-282.
- Wankel, L. M. (1993). *The importance of enjoyment to adherence and psychological benefits from physical activity*. *International Journal of Sport Psychology*.
- Wei, P.-S. and Lu, H.-P. (2014), “*Why do people play mobile social games? An examination of network externalities and of uses and gratifications*”, *Internet Research*.
- Wu & Liu (2007). *The Effects of trust and enjoyment on intention to play online games*. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(2), 128-140.
- Yan, M., Filieri, R., & Gorton, M. (2021). *Continuance intention of online technologies: A systematic literature review*. *International Journal of Information Management*, 58, 102315.
- Zhou, T. (2015), “*The effect of network externality on mobile social network site continuance*”, *Program: Electronic Library and Information Systems*, Vol. 49 No. 3, pp. 289-304.

<https://katadata.co.id/intan/digital/615adb15bf60b/deretan-game-nomor-1-di-dunia-dengan-pemain-aktif-terbanyak>

<https://www.kemenkopmk.go.id/pemerintah-dukung-e-sports-dan-industri-gaming>

<https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>.

<https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/pahami-tantangan-dan-peluang-e-sport-di-masa-depan-unusa-hadirkan-praktisi>

<https://www.kompas.com/sports/read/2022/11/22/14135388/pratama-arhan-resmi-jadi-brand-ambassador-pubg-mobile-chicken-cup#:~:text=Pratama%20Arhan%20Resmi%20Jadi%20Brand%20Ambassador%20PUBG%20Mobile%20Chicken%20Cup%20Indonesia>

<https://www.kompas.com/sports/read/2023/04/13/16420028/semarak-ramadhan-pubg-mobile-ajak-pemain-mengikuti-kegiatan-filantropi-dan?page=all>

<https://www.tribunnews.com/e-sport/2022/12/11/kejuaraan-dunia-esports-ke-14-2022-di-bali-resmi-ditutup-indonesia-jadi-juara-umum>

