

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sebelum berkembangnya internet, *game multiplayer* ditemukan pertama kalinya pada tahun 1960. Perkembangan *game online* selanjutnya diperkenalkan dalam skala *network* kecil atau LAN (*Local Area Network*), *game online* berkembang bersama tersediannya warnet di berbagai wilayah, game-game seperti Starcraft, World of Warcraft, Age of Empires yang rata-rata bertipe RTS (*Real Time Strategy*) menjadi pemicu berkembangnya *game online* pada saat itu. Perkembangan *game online* di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat dengan bertambahnya jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia yang telah mencapai 345,3 juta orang, seiring dengan berkembangnya *mobile gaming*.

Game online yang muncul pertama kali di Indonesia adalah Nexia. Game ini berjenis RPG (*Role Playing Game*) keluaran BolehGame yang dapat dimainkan secara *multiplayer* dengan grafik sederhana berbasis 2D. Game keluaran Nexus (Korea) ini juga mudah di-*install* pada komputer-komputer warnet yang kebanyakan memiliki spesifikasi 'yang penting bisa *internet*'. Game ini merupakan game pertama yang memperkenalkan permainan dimana gamer bisa bermain game dan melakukan chat bersama, game dengan karakter imut kecil ini sukses tanpa mendapat saingan. Redmoon muncul pada 2002. Game yang diterima baik masyarakat Indonesia ini memiliki grafik 2,5D. Munculnya game ini dilatar belakangi oleh sebuah komik dengan judul yang sama.

Sama seperti Nexia, Redmoon adalah game bergenre RPG serta mengambil latar masa depan dengan level karakter mencapai 1000 membuat permainan memiliki tingkat kesulitan cukup tinggi dan lama untuk dimainkan. Namun, game tersebut ditutup pada 2005. Pada era ini game online legendaris Ragnarok Online yang khusus dimainkan di PC sangat berjaya. Ragnarok Online bergenre MMORPG dari *developer* LYTO yang juga membuat sistem *voucher* atau bahasa moderennya P2P (*Pay to Play*) pada game, meski game ini juga dapat dimainkan secara gratis. Pembelian menggunakan voucher berlaku untuk membeli *equipment* atau *coin* dalam game agar karakter yang dimainkan semakin kuat. Pada era selanjutnya juga ada game online P2P yang tidak kalah tenarnya selain Ragnarok Online, yaitu Risk Your Life atau RYL, Xian Online, Tantra Online. Selain itu, pada era ini, gamer mulai diperkenalkan juga *game-game online non MMORPG* seperti GunBound, Getamped, dan O2Jam dari BolehGame, namun pada akhirnya *game-game* tersebut ditutup seiring dengan berhentinya operasi dari BolehGame. GunBound adalah *game action* pertama yang masuk dalam World Cyber Game(WGC).

Tahun 2003 merupakan tonggak awal lahirnya game bertipe MOBA yang lahir dan mendunia hingga sekarang dari *mod* Warcraft III yaitu DOTA Allstars yang *booming*. DOTA Allstars telah dimainkan oleh satu juta orang tiap harinya pada waktu itu. Pada tahun ini dimulailah revolusi game online di Indonesia, dimana game-game mulai membutuhkan spesifikasi komputer yang mumpuni karena muncul game-game MMORPG 3D dengan grafik yang baik. Mau tidak

mau para gamer dan warnet-warnet melakukan *upgrade* PC nya agar bisa mengikut tren memainkan game MMORPG 3D.

Steam sendiri adalah layanan distribusi digital permainan video oleh Valve. Yang diluncurkan sebagai klien perangkat lunak mandiri pada September 2003 sebagai cara bagi Valve untuk memberikan pembaruan otomatis untuk permainan mereka, dan diperluas untuk memasukkan permainan dari penerbit pihak ketiga. Steam juga telah berkembang menjadi etalase online berbasis web dan seluler digital. Steam juga menawarkan *digital rights management* (DRM).

Perangkat lunak ini menyediakan application programming interface (API) yang tersedia secara bebas yang disebut Steamworks, yang dapat digunakan *developer* untuk mengintegrasikan banyak fungsi Steam ke dalam produk mereka, *matchmaking*, pencapaian dalam permainan, transaksi mikro, dan dukungan untuk konten yang dibuat pengguna melalui Steam Workshop. Meskipun awalnya dikembangkan untuk digunakan pada sistem operasi Microsoft Windows, versi untuk macOS dan Linux kemudian dirilis. Aplikasi seluler juga dirilis untuk iOS, Android, dan Windows Phone pada tahun 2010-an. Platform ini juga menawarkan sejumlah kecil pilihan konten lainnya, termasuk perangkat lunak desain, perangkat keras, soundtrack permainan, animasi, dan film.

Platform Steam adalah platform distribusi digital terbesar untuk PC, menampung sekitar 75% ruang pasar pada tahun 2013. Pada 2017, pembelian game melalui *platform* Steam berjumlah sekitar US\$ 4,3 miliar, mewakili setidaknya 18% dari penjualan permainan PC global. Layanan ini memiliki lebih dari 34.000 permainan pada tahun 2019, dengan lebih dari 95 juta pengguna aktif

bulanan. Keberhasilan Steam telah menyebabkan pengembangan produk microconsole Steam Machine, yang meliputi sistem operasi SteamOS, Steam Controller. Dengan semakin maraknya pemain game di seluruh dunia Steam bisa membuat sebuah *console handheld*, dengan harga yang murah untuk spesifikasi yang ditawarkan dan bisa digunakan sebagai *desktop PC* sehingga, dapat menunjang gaya hidup *gamers* dengan *tweaking* yang seharusnya bisa dilakukan Steam, produk tersebut kemungkinan bisa sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 98 orang mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang bermain game melalui media *online gaming platform* serta pernah dan masih memainkan game online di PC (*personal computer*) / *Laptop*. Gambaran umum responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan Usia

			Usia				Total
			20	21	22	23	
Jenis kelamin	Perempuan	Jumlah	12	5	14	11	42
		Persentase	12,2%	5,1%	14,3%	11,2%	42,9%
	Laki-laki	Jumlah	14	22	10	10	56
		Persentase	14,3%	22,4%	10,2%	10,2%	57,1%
Total	Jumlah	26	27	24	21	98	
	Persentase	26,5%	27,6%	24,5%	21,4%	100,0%	

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan dari Tabel 4.1, diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin, dan transaksi dalam satu bulan, responden mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang bermain

game melalui media *online gaming platform* serta pernah dan masih memainkan game online di PC (*personal computer*) / *Laptop* terbanyak adalah berjenis kelamin laki-laki dan berusia 21 tahun yaitu sejumlah 22 orang atau 22,4%. Jumlah responden terbanyak adalah laki-laki (57,1%) dan jumlah usia yang terbanyak adalah 21 tahun (27,6%). Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa laki-laki yang masih berusia 21 tahun adalah mahasiswa yang lebih banyak memainkan game online menggunakan platform Steam.

Tabel 4.2
Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Angkatan

		Angkatan				Total	
		2016	2017	2018	2019		
Jenis kelamin	Perempuan	Jumlah	11	14	5	12	42
		Persentase	11,2%	14,3%	5,1%	12,2%	42,9%
	Laki-laki	Jumlah	10	10	22	14	56
		Persentase	10,2%	10,2%	22,4%	14,3%	57,1%
Total	Jumlah	21	24	27	26	98	
	Persentase	21,4%	24,5%	27,6%	26,5%	100,0%	

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan dari Tabel 4.2, diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin dan angkatan, responden terbanyak adalah berjenis kelamin laki-laki dengan angkatan 2018 yaitu sejumlah 22 orang atau 22,4%. Jumlah angkatan yang terbanyak dalam penelitian ini adalah yang berada di angkatan 2018 (27,6%). Angkatan 2018 dengan jenis kelamin laki-laki lebih menyukai game online dengan Steam dibandingkan dengan angkatan 2016, 2017 yang lebih banyak perempuan. Hal ini terjadi karena jenis game arcade yang dapat dimainkan di Steam lebih banyak dan disukai oleh angkatan tersebut.

Tabel 4.3
Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Frekuensi Main Game Per hari (Jam)

		Frekuensi main game per hari			Total	
		2 jam	3 jam	4 jam		
Jenis kelamin	Perempuan	Jumlah	10	13	19	42
		Persentase	10,2%	13,3%	19,4%	42,9%
	Laki-laki	Jumlah	11	18	27	56
		Persentase	11,2%	18,4%	27,6%	57,1%
Total	Jumlah	21	31	46	98	
	Persentase	21,4%	31,6%	46,9%	100,0%	

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan dari Tabel 4.3, diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin dan frekuensi main game per hari, jumlah terbanyak adalah yang berjenis kelamin laki-laki dan jumlah frekuensi main game 4 jam dalam sehari yaitu sejumlah 27 orang atau 27,6%. Dari frekuensi main game per hari, jumlah terbanyak adalah yang bermain game selama 4 jam dalam satu hari (46,9%). Laki-laki memiliki lebih banyak waktu dalam mengisi kesibukannya dibandingkan dengan perempuan yang masih mengerjakan banyak kesibukan lain sehingga untuk menghabiskan kesibukannya tersebut, laki-laki memilih untuk bermain game online.

Tabel 4.4
Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Frekuensi Main Game Per Minggu

		Frekuensi main game per minggu			Total	
		Rendah	Sedang	Tinggi		
Jenis kelamin	Perempuan	Jumlah	13	15	14	42
		Persentase	13,3%	15,3%	14,3%	42,9%
	Laki-laki	Jumlah	17	20	19	56
		Persentase	17,3%	20,4%	19,4%	57,1%
Total	Jumlah	30	35	33	98	
	Persentase	30,6%	35,7%	33,7%	100,0%	

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4, diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin dan frekuensi main game per minggu, jumlah terbanyak adalah yang berjenis kelamin laki-laki dan jumlah frekuensi main game dalam kategori sedang yaitu sejumlah

20 orang atau 20,4%. Dari frekuensi main game per minggu, jumlah terbanyak adalah yang bermain game dalam kategori sedang (35,7%). Hasil ini menunjukkan bahwa dari frekuensi bermain game, laki-laki lebih sering bermain game dengan frekuensi sedang dan tinggi dibandingkan perempuan, hal ini dapat terjadi karena adanya game-game yang kompetitif di platform Steam seperti Counter Strike, Football Manager dan FIFA yang lebih menarik untuk dimainkan oleh mahasiswa laki-laki.

4.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian

4.2.1 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Gaya hidup para gamer

Hasil jawaban indikator variabel gaya hidup para gamer adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Tanggapan Reponden terhadap Variabel Gaya hidup para gamer

Indikator		STS	TS	N	S	SS	Jml	Indeks	Kategori
Saya merasa usia yang bertambah tidak membuat saya berhenti menyukai permainan game online	Frekuensi	0	10	9	31	48	98	4,19	Tinggi
	Bobot	0	20	27	124	240	411		
Saya merasa laki-laki dan perempuan bisa memainkan game online	Frekuensi	0	9	3	36	50	98	4,30	Tinggi
	Bobot	0	18	9	144	250	421		
Game online adalah mainan untuk kelompok dengan status menengah ke atas karena peralatannya mahal	Frekuensi	1	9	5	33	50	98	4,24	Tinggi
	Bobot	1	18	15	132	250	416		
Main game online sudah menjadi	Frekuensi	1	6	13	44	34	98	4,06	Tinggi
	Bobot	1	12	39	176	170	398		

Indikator		STS	TS	N	S	SS	Jml	Indeks	Kategori
kebiasaan saya									
Mahasiswa suka memainkan game online yang sedang populer saat ini	Frekuensi	1	9	5	44	39	98	4,13	Tinggi
	Bobot	1	18	15	176	195	405		
Mahasiswa suka memainkan game online bersama-sama dengan teman-temannya	Frekuensi	1	8	8	53	28	98	4,01	Tinggi
	Bobot	1	16	24	212	140	393		
Mahasiswa merasa tertarik untuk mengikuti tren <i>game</i> terutama game online	Frekuensi	1	9	6	44	38	98	4,11	Tinggi
	Bobot	1	18	18	176	190	403		
Mahasiswa merasa tertarik untuk bergabung dengan komunitas yang sedang trend di kalangan anak muda yaitu komunitas game online atau tim esport	Frekuensi	1	3	28	57	9	98	3,71	Tinggi
	Bobot	1	6	84	228	45	364		
Mahasiswa merasa menggunakan perangkat game dengan merek mewah untuk peningkatan citra dirinya	Frekuensi	0	10	16	57	15	98	3,79	Tinggi
	Bobot	0	20	48	228	75	371		
Saya merasa semua orang di segala lokasi dapat memainkan game online	Frekuensi	1	9	2	60	26	98	4,03	Tinggi
	Bobot	1	18	6	240	130	395		
Saya memiliki dorongan untuk bermain game online bersama-sama dengan teman	Frekuensi	6	1	26	52	13	98	3,66	Tinggi
	Bobot	6	2	78	208	65	359		
Saya ingin selalu update dengan game baru	Frekuensi	0	3	41	44	10	98	3,62	Sedang
	Bobot	0	6	123	176	50	355		
Saya senang bermain game online karena dapat mengambil risiko tanpa konsekuensi berarti karena jika kalah tidak berdampak	Frekuensi	0	10	16	52	20	98	3,84	Tinggi
	Bobot	0	20	48	208	100	376		

Indikator		STS	TS	N	S	SS	Jml	Indeks	Kategori
pada dunia nyata									
Saya menginginkan kebahagiaan dalam bermain game online	Frekuensi	6	7	17	59	9	98	3,59	Sedang
	Bobot	6	14	51	236	45	352		
Saya selalu bermain game dengan sikap yang positif	Frekuensi	1	6	23	51	17	98	3,79	Tinggi
	Bobot	1	12	69	204	85	371		
Saya selalu terbuka dengan hal baru yang berasal dari internet yang dapat mendukungnya dalam bermain game	Frekuensi	0	3	26	58	11	98	3,79	Tinggi
	Bobot	0	6	78	232	55	371		
								3,93	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan perhitungan hasil jawaban kuesioner untuk indikator gaya hidup para gamer menunjukkan angka rata-rata 3,93, yang menunjukkan bahwa responden menyatakan gaya hidup para gamer dalam kategori tinggi. Artinya adalah gaya hidup para gamer saat ini mendukung keputusannya bermain game melalui Steam.

Responden merasa bahwa usia yang bertambah tidak membuatnya berhenti menyukai game online sebab game online selalu berevolusi mengikuti perkembangan jaman di mana setiap gender juga dapat memainkan game online tanpa kecuali. Peralatan yang mahal tidak menyurutkan semangat seseorang untuk bermain game online sebab memiliki *personal computer / laptop* sudah menjadi kebutuhan dan bermain game online sudah menjadi kebiasaan. Mahasiswa suka memainkan game online yang sedang populer saat ini seperti menggunakan platform Steam yang berisikan banyak game dan mengikuti tren yang ada saat ini. Main game online juga semakin menarik karena dapat dimainkan bersama dengan

teman-temannya, serta bergabung dengan komunitas yang sedang trend di kalangan anak muda yaitu komunitas game online atau tim e-sport.

Berdasarkan pengamatan, ada mahasiswa yang menggunakan perangkat game dengan merek mewah untuk peningkatan citra dirinya, namun tidak semua melakukan tersebut karena semua orang di segala lokasi dapat memainkan game online. Mahasiswa juga senang bermain game online karena dapat mengambil risiko tanpa konsekuensi berarti jika kalah tidak berdampak pada dunia nyata sehingga kebanyakan *gamer* selalu bermain game dengan sikap yang positif. Hal ini juga membuat *gamer* selalu terbuka dengan hal baru yang berasal dari internet yang dapat mendukungnya dalam bermain *game*. Terdapat dua indikator dengan kategori sedang yaitu ingin selalu *update* dengan *game* baru dan menginginkan kebahagiaan dalam bermain game online.

Kedua indikator ini mendapatkan nilai sedang karena game baru tidak selalu keluar setiap hari ataupun setiap minggu terkadang game baru yang menarik baru keluar setelah beberapa tahun, sedang indikator menginginkan kebahagiaan dalam bermain game online terkadang tidak bisa dirasakan oleh *gamer*, terutama ketika *gamer* sering mengalami *losing streak*, kemudian harus mengeluarkan uang untuk membeli *item* yang dapat meningkatkan kemungkinannya untuk menang, ataupun hanya untuk memiliki kosmetik di dalam game dan meningkatkan antusiasnya dalam bermain game tersebut.

4.2.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi para gamer terhadap Bermain Menggunakan Platform Steam

Hasil jawaban indikator variabel persepsi para gamer adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Reponden terhadap Variabel Persepsi para gamer terhadap Bermain Menggunakan Platform Steam

Indikator		STS	TS	N	S	SS	Jml	Indeks	Kategori
Saya memilih platform gaming yang sudah pernah saya gunakan sebelumnya	Frekuensi	1	18	16	54	9	98	3,53	Tinggi
	Bobot	1	36	48	216	45	346		
Saya menggunakan informasi mengenai organisasi pembuat game yang telah saya terima sebelumnya sebagai bahan pertimbangan pembuatan keputusan memainkan suatu game online	Frekuensi	0	17	19	53	9	98	3,55	Tinggi
	Bobot	0	34	57	212	45	348		
Saya memiliki pemahaman yang utuh terhadap suatu produk setelah semua informasi saya terima	Frekuensi	1	2	20	69	6	98	3,79	Tinggi
	Bobot	1	4	60	276	30	371		
								3,62	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan perhitungan hasil jawaban kuesioner untuk indikator persepsi para gamer menunjukkan angka rata-rata 3,62, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan persepsi para gamer dalam kategori tinggi. Responden memiliki pemahaman yang utuh terhadap suatu produk setelah semua

informasi. Selain itu responden juga memberikan penilaian sedang dalam dua indikator. *Gamer* memilih platform *gaming* yang sudah pernah digunakan sebelumnya, namun di sisi lain ada *gamer* yang menginginkan untuk mengeksplere platform *gaming* lain sehingga tidak hanya bermain di satu platform saja.

Gamer menggunakan informasi mengenai organisasi pembuat game yang telah diterima sebelumnya sebagai bahan pertimbangan pembuatan keputusan memainkan suatu *game online*. Hal ini karena *gamer* merasa bahwa pembuat *game* yang baik akan memilih platform yang baik sehingga untuk bermain *game* tersebut, *gamer* memilih platform yang dipilih oleh pembuat gamenya.

4.2.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Penggunaan Steam sebagai *online gaming platform*

Hasil jawaban indikator variabel keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform*

Indikator		STS	TS	N	S	SS	Jml	Indeks	Kategori
Saya membutuhkan Steam untuk memainkan game online yang saya sukai	Frekuensi	8	4	18	58	10	98	3,59	Sedang
	Bobot	8	8	54	232	50	352		
Selama menggunakan Steam saya tidak pernah mengalami masalah	Frekuensi	4	2	20	60	12	98	3,76	Tinggi
	Bobot	4	4	60	240	60	368		
Saya sudah mempertimbangkan dengan matang	Frekuensi	1	2	11	71	13	98	3,95	Tinggi
	Bobot	1	4	33	284	65	387		

sebelum menggunakan Steam sebagai platform gaming									
Saya yakin dengan kemampuan Steam menjadi platform gaming yang handal	Frekuensi	2	2	19	59	16	98	3,87	Tinggi
	Bobot	2	4	57	236	80	379		
Saya merasa Steam sesuai dengan selera platform gaming saya	Frekuensi	1	5	16	59	17	98	3,88	Tinggi
	Bobot	1	10	48	236	85	380		
								3,81	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan perhitungan hasil jawaban kuesioner untuk indikator keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* menunjukkan angka rata-rata 3,81, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* dalam kategori tinggi. Responden merasa selama menggunakan Steam tidak pernah mengalami masalah. Selain itu responden sudah mempertimbangkan dengan matang sebelum menggunakan Steam sebagai platform gaming sehingga merasa bahwa Steam adalah platform yang paling sesuai. Adanya indikator yang mendapatkan nilai sedang yaitu membutuhkan Steam untuk memainkan game online yang disukai menunjukkan walaupun ada game yang eksklusif memilih Steam sebagai platformnya, game tersebut juga tersedia di platform lainnya.

Tabel 4.8
Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian

No	Variabel	Indeks	Kategori
1	Gaya hidup para gamer	3,93	Tinggi
2	Persepsi para gamer	3,62	Tinggi
3	Keputusan penggunaan Steam sebagai <i>online gaming platform</i>	3,81	Tinggi

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda antara gaya hidup para gamer, dan persepsi para gamer terhadap keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Variabel	Koefisien tidak Standar		Koefisien Standar Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,859	1,266		2,258	,026
Gaya hidup para gamer	,156	,025	,510	6,178	,000
Persepsi para gamer	,589	,134	,364	4,404	,000

a. Dependent Variable: Keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform*

$$\text{Persamaan } Y = 2,859 + 0,156X_1 + 0,589X_2$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut di tabel 4.8 menunjukkan bahwa:

- a. a (Konstanta) sebesar 2,859 atau bernilai positif artinya jika tidak mempertimbangkan gaya hidup para gamer dan persepsi para gamer terhadap kualitas Steam, para gamer tetap akan menggunakan platform Steam.
- b. b_1 (nilai koefisien regresi gaya hidup para gamer) sebesar 0,156 mempunyai arti jika gaya hidup para gamer semakin meningkat, maka keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* akan meningkat.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa **H₁ diterima**. Dengan nilai tersebut dan nilai koefisien regresi sebesar 0,156, hal ini menunjukkan **terdapat pengaruh positif antara gaya hidup para gamer terhadap keputusan penggunaan Steam sebagai online gaming platform**. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa jika gaya hidup para gamer semakin baik maka keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* juga akan meningkat. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Jamaludin, dkk. (2015) yang menyatakan gaya hidup para gamer berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform*.

Gaya hidup merupakan pola dari hidup seseorang yang dilakukan dalam bentuk kegiatan aktivitas. Dengan adanya ekspresi seseorang mengenai minatnya terhadap suatu kegiatan, hal ini dapat menjadikan polanya tersebut diekspresikan dalam kegiatannya sehingga mempermudah konsumen untuk memutuskan melakukan penggunaan produk yang dianggapnya sesuai dengan minat, aktivitas dan opininya sehingga merasa bahwa produk yang digunakannya tersebut baik dalam mewakili dan menggambarkan keseluruhan diri dari konsumen tersebut.

- c. b_2 (nilai koefisien regresi persepsi para gamer terhadap kualitas Steam) sebesar 0,589 mempunyai arti semakin kuat persepsi para gamer terhadap kualitas Steam, maka keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* juga meningkat.

Hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa **H₂ diterima**. Dengan nilai tersebut dan nilai koefisien sebesar 0,589 dapat disimpulkan bahwa pengujian tersebut menunjukkan **persepsi para gamer terhadap kualitas Steam berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform***. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika persepsi para gamer mampu meningkatkan keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Anandita dan Saputra (2015), Anggreni dan Madiawati (2016) dan Ilham (2017) yang menyatakan persepsi para gamer berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform*.

Konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian dari suatu produk akan melakukan proses untuk memilih, menyusun alternatif yang ada dan menafsirkan arti informasi yang dimilikinya. Ketika konsumen merasa bahwa arti informasi yang dimilikinya tersebut positif, maka hal ini menunjukkan bahwa rangsangan informasi yang diterimanya dan pengalaman sebelumnya yang terbentuk dari konsumen membuatnya menginginkan untuk melakukan pembelian produk dan menggunakannya. Hal ini dapat terjadi karena adanya interpretasi informasi yang baik dari konsumen.

- d. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan Steam sebagai

online gaming platform adalah persepsi para gamer terhadap kualitas Steam, dibuktikan dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,589 yang lebih besar bila dibandingkan dengan variabel gaya hidup para gamer. Persepsi para gamer merupakan faktor yang dominan mempengaruhi keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* di Steam. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi gamer akan lebih menentukan mengenai keputusan bermain dari gamer dibandingkan gaya hidupnya.

4.5 Uji F

Hasil uji F dapat dilihat dari tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Jumlah Kuadrat	df(Derajat Kebebasan)	Rerata Kuadrat	F	Sig.
1	Regresi	706,337	2	353,168	83,983	,000 ^b
	Residual	399,500	95	4,205		
	Total	1105,837	97			

a. Dependent Variable: Keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform*

b. Predictors: (Constant), Persepsi para gamer, Gaya hidup para gamer

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (signifikan), yang menunjukkan **gaya hidup para gamer, dan persepsi para gamer terhadap kualitas Steam secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform***. Gaya hidup para gamer, dan persepsi para gamer mampu untuk saling bersama-sama meningkatkan keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform*.

4.6 Analisis Koefisien Determinasi

Hasil pengujian koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Kuadrat	R Kuadrat yang disesuaikan	Estimasi kesalahan standar
1	,799 ^a	,639	,631	2,05067

a. Predictors: (Constant), Persepsi para gamer, Gaya hidup para gamer

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Dari nilai koefisien determinasi sebesar 0,631, menunjukkan bahwa gaya hidup para gamer, dan persepsi para gamer berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Steam sebagai *online gaming platform* sebesar 63,1%. Sedangkan sisanya dapat dipengaruhi oleh variabel lain seperti preferensi genre game, persepsi harga game.