

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fenomena hiburan digital yang interaktif dan partisipatif melahirkan *game online* sebagai bentuk hiburan yang memadukan kreativitas, teknologi, dan pengalaman sosial. Berbeda dengan media *streaming* atau media sosial, *game online* menjadikan pengguna sebagai partisipan aktif dalam dunia virtual. *Game online* memungkinkan pemain untuk merasakan *sense of presence*, di mana pemain merasakan perasaan berada di dalam lingkungan virtual dan dapat berinteraksi dengan lingkungan tersebut seolah-olah lingkungan itu nyata (Caroux, 2023). Konsep hiburan imersif kemudian menciptakan pengalaman di mana pengguna benar-benar hanyut dalam hiburan tanpa merasa ada jarak antara kehidupan nyata dan hiburannya.

Akibat perkembangan ini, *game online* sekarang menjadi tempat hiburan yang disukai dan populer di masyarakat modern karena bisa menjadi ruang sosial baru yang mengubah cara manusia berinteraksi dan mengekspresikan diri. Fehlhaber & EL-Awad (2024) mengungkapkan bahwa *game online* menciptakan ekosistem digital yang memperkuat kepercayaan dan loyalitas pengguna. *Game* tidak lagi sekadar produk hiburan, melainkan sebuah ekosistem digital tempat pengguna berinteraksi, berkompetisi, berkolaborasi, dan membangun identitas virtual. Pengalaman interaktif yang ditawarkan platform ini memperkuat persepsi nilai, yang berperan dalam membangun loyalitas dan membentuk ikatan psikologis antara pengguna dan platform (Zhang et al., 2025).

Akhir-akhir ini, Roblox menjadi *game* terkenal dan banyak pengguna dari anak hingga dewasa yang tertarik untuk bermain. Roblox tidak dianggap sebagai permainan anak-anak tetapi sebagai tempat berinteraksi, berkreasi dan bahkan membangun komunitas virtual. Menurut Choi et al. (2025), Roblox adalah tempat yang terus berkembang, di mana para remaja bisa berkreasi, kerja sama bareng orang lain, dan bahkan menghasilkan uang dari karya yang mereka buat sendiri. Penelitian dari Marini & Salas (2023) menyatakan bahwa sebagai platform, Roblox melebihi batas permainan pada umumnya dengan adanya ruang sosial yang mengizinkan pengguna melakukan kegiatan yang biasanya dilakukan di dunia nyata, seperti bermain bersama atau karaoke, dalam bentuk virtual. Uniknya, Roblox mulai menambah berbagai aktivitas yang sebelumnya hanya terjadi di dunia nyata, seperti mendaki gunung, hingga memancing bahkan aktivitas yang dilakukan dengan teman seperti karaoke pun sekarang banyak dilakukan di Roblox yang menjadi contoh nyata bagaimana aktivitas manusia dapat berlangsung sepenuhnya di dunia maya, sesuatu yang bahkan dahulu dianggap tidak mungkin.

Wulandari et al. (2025) juga menyatakan bahwa platform Roblox menawarkan ruang bagi pengguna untuk mengeksplorasi diri dan mengekspresikan identitas sesuai keinginan mereka. Kostumisasi avatar meningkatkan rasa keterhubungan dan kepercayaan dalam berinteraksi dengan orang lain, serta memperkuat loyalitas terhadap platform. Hal ini menggarisbawahi Roblox sebagai platform hiburan digital interaktif yang tidak hanya menyediakan hiburan semata, tetapi juga membangun hubungan sosial yang lebih kuat antara pengguna dan platform (Damayanti et al., 2020). Fenomena ini sejalan dengan pergeseran perilaku

sosial generasi muda, khususnya Gen Z, yang kini cenderung menjalankan aktivitas sosialnya di ruang virtual dibandingkan di dunia nyata. Deloitte (2023) dalam survei Digital Media Trends menemukan bahwa 40 persen Gen Z dan milenial mengakui lebih banyak bersosialisasi di dalam video game daripada di dunia nyata.

Berdasarkan laporan *Appfigures* (2026), Roblox berhasil menempati posisi keempat dalam daftar *Top 5 Mobile Games*, termasuk lima besar di Indonesia di atas Mobile Legends. Posisi ini membuktikan bahwa Roblox terus berhasil menarik pengguna baru dari seluruh dunia setiap bulannya, menjadikannya salah satu platform *game* kompetitif di pasar global.

Free



1. Free Fire: Undersea Mystery
Free · GARENA INTERNATIONAL I



2. Free Fire MAX: Lost Treasure
Free · GARENA INTERNATIONAL I



3. Block Blast!
Free · HungryStudio



4. Roblox
Free · Roblox Corporation



5. Mobile Legends: Bang Bang
Free · MOONTON

Paid



1. Minecraft: Dream it, Build it!
IDR 19,000.00 · Mojang



2. RFS - Real Flight Simulator
IDR 5,000.00 · RORTOS



3. Sea of Stars
IDR 89,900.00 · Playdigious



4. MA 3 – President Simulator PRO
IDR 4,999.00 · Oxiwyle Inc



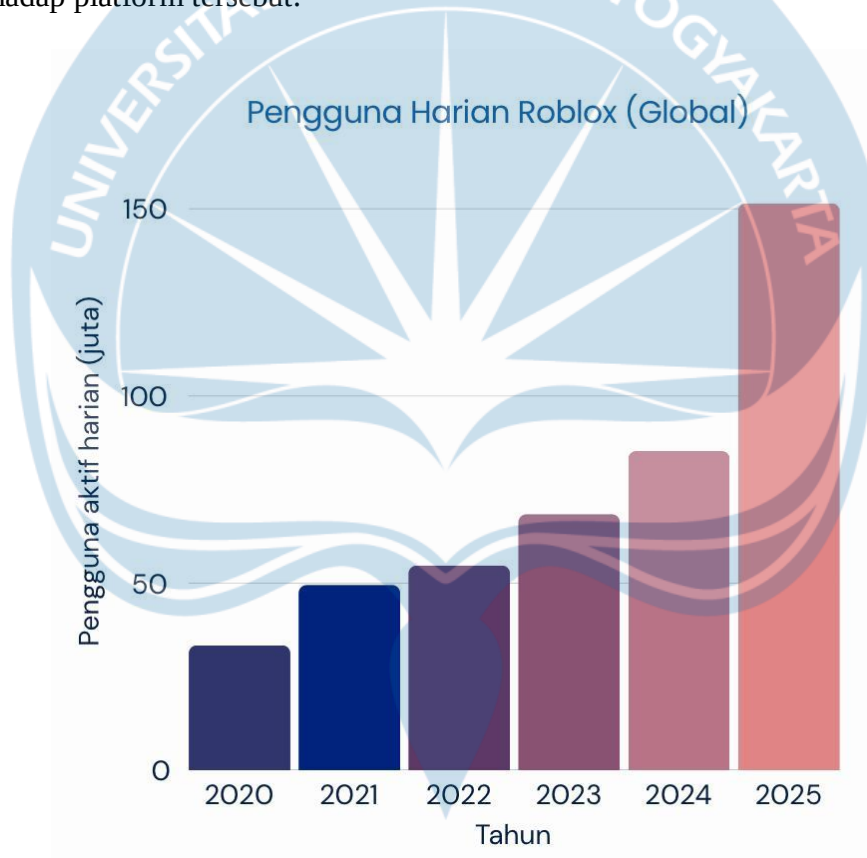
5. Geometry Dash
IDR 35,000.00 · RobTop Games

Gambar 1. 1 Top 5 Mobile Games Indonesia (Free & Paid)

Sumber: Appfigures (2026)

Popularitas Roblox di Indonesia tersebut sejalan dengan pertumbuhan penggunaanya yang terus meningkat secara global. Data terbaru yang dilaporkan Roblox bahwa pengguna Roblox terus meningkat dari tahun ke tahun. Dapat dilihat dari laporan resmi *Roblox Corporation* tahun 2025, pengguna aktif harian yang tercatat jumlahnya sebanyak 151,5 juta. Angka tersebut mengalami kenaikan daripada waktu tahun sebelumnya. Melalui pencapaian ini dapat disimpulkan bahwa Roblox bukan sekadar platform permainan biasa, melainkan fenomena

sosial yang berhasil menarik partisipasi lintas usia dan negara. Kenaikan signifikan ini juga memperlihatkan masyarakat semakin menjadikan platform virtual seperti Roblox sebagai sarana utama untuk bersosialisasi, berinteraksi, dan mengekspresikan diri di dunia digital. Fenomena ini tidak hanya menunjukkan pertumbuhan platform, tetapi juga mencerminkan peningkatan persepsi nilai yang dirasakan pengguna, yang berkontribusi pada loyalitas dan kepercayaan pengguna terhadap platform tersebut.



Gambar 1. 2 Pengguna Harian Roblox (Global)

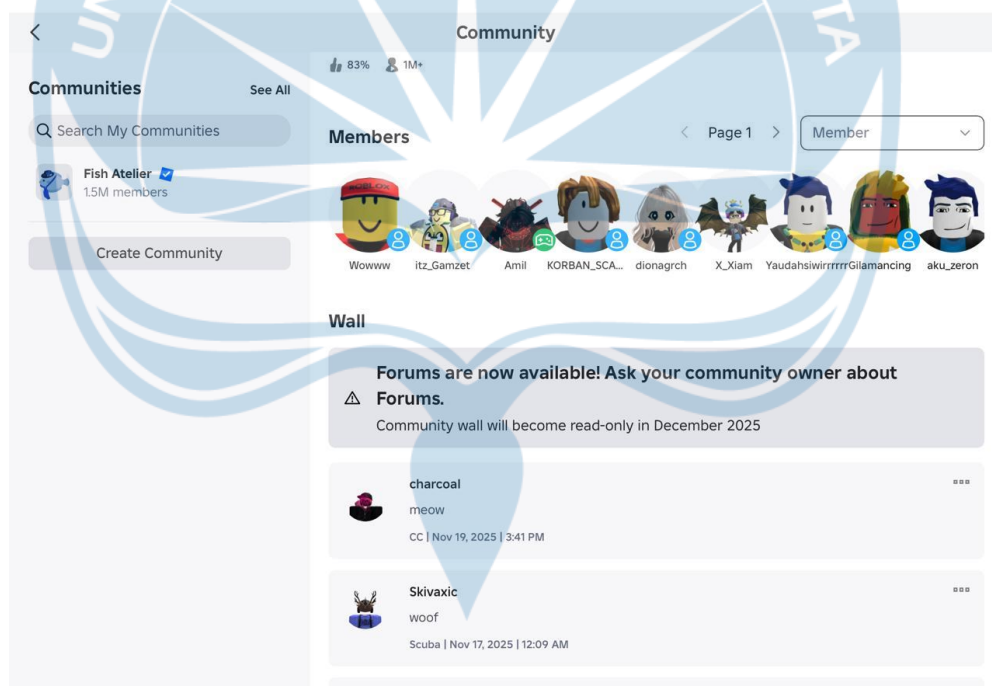
Sumber: Roblox Annual Reports (2020–2024), Roblox Corporation (2025)

Dibalik pertumbuhan yang pesat tersebut, Roblox tidak lepas dari berbagai isu keamanan yang secara langsung mengancam kepercayaan penggunanya.

Bloomberg Businessweek (2024) melaporkan bahwa sejak tahun 2018, setidaknya 24 orang telah ditangkap di Amerika Serikat karena kasus *grooming* dan pelecehan seksual terhadap anak-anak yang dikenal melalui platform Roblox. Kou et al. (2023) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa desain platform berbasis *user-generated content* seperti Roblox berpotensi menciptakan ruang berbahaya yang sulit dikendalikan sepenuhnya oleh pengelola. Berbagai isu ini menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) pengguna terhadap platform tidak terbentuk secara otomatis, melainkan sangat dipengaruhi oleh bagaimana platform mengelola keamanan dan kenyamanan lingkungan virtualnya. Hal inilah yang menjadikan variabel kepercayaan menjadi salah satu aspek paling krusial dalam membentuk loyalitas pengguna di platform seperti Roblox.

Perkembangan roblox yang memiliki pengguna aktif harian yang meningkat disebabkan oleh pengalaman yang ditentukan oleh persepsi nilai yang mencakup nilai utilitarian, hedonik, dan sosial. Faktor-faktor inilah yang menciptakan pengalaman memuaskan dan membangun loyalitas pengguna. Dalam konteks platform digital, nilai utilitarian mencakup kemudahan akses (*ease of access*), kemudahan pencarian (*ease of search*), dan kemudahan transaksi yang memenuhi kebutuhan praktis pengguna (Dam, 2025) Platform Roblox memiliki beberapa karakteristik yang mendukung aspek fungsional tersebut, antara lain merupakan platform *all-in-one* yang memungkinkan pengguna untuk membuat, bermain, dan mempublikasikan konten tanpa berpindah aplikasi, serta dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti PC, tablet, smartphone, dan konsol *game* (Alhasan et al., 2023). Berdasarkan karakteristik tersebut, nilai utilitarian di Roblox dapat dipahami

sebagai manfaat fungsional yang mencakup kemudahan penggunaan platform, aksesibilitas lintas perangkat, dan ketersediaan fitur-fitur yang mendukung kenyamanan pengguna dalam bermain, berinteraksi, dan berkreasi. Selain itu, nilai hedonik memainkan peran besar dalam menciptakan pengalaman hiburan yang menyenangkan dan imersif, yang membuat pengguna merasa lebih terhubung secara emosional dengan platform (Chandra et al., 2023). *Social value*, di sisi lain, mengacu pada nilai sosial yang muncul dari interaksi dan pembentukan komunitas di Roblox, yang memperkuat kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap platform tersebut (Firlyani & Millanyani, 2025).



Gambar 1. 3 Tampilan Komunitas Roblox

Sumber: Roblox (2025)

Meningkatnya persepsi nilai, pengguna tidak hanya merasa puas, tetapi juga lebih cenderung membangun kepercayaan terhadap platform. Kepercayaan pengguna dalam platform seperti Roblox itu penting karena akan meningkatkan

keyakinan bahwa platform akan memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna terus. Menurut Pamuji et al. (2025), yang menghubungkan pengalaman platform dengan loyalitas pengguna yaitu kepercayaan. Persepsi nilai pengguna memiliki peran penting dalam membangun loyalitas. Persepsi nilai dapat memperkuat kepercayaan pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pengguna terhadap platform hiburan digital (Prabjit et al., 2021). Rane et al. 2023 juga menyatakan kepuasan pengguna peran penting untuk menciptakan loyalitas. Jika kepuasan pengguna semakin tinggi maka kemungkinan untuk terus menggunakan platform dan merekomendasikannya kepada orang lain juga semakin besar. Penelitian lain oleh Yusnara & Soepatini (2023) juga menunjukkan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan nilai yang dirasakan dengan loyalitas pengguna. Selain itu, Rezaldi et al. (2022) menemukan bahwa kepercayaan bertindak sebagai mediasi penuh dalam hubungan utilitarian dan hedonik terhadap loyalitas pada *e-marketplace* di Indonesia, menunjukkan bahwa tanpa kepercayaan yang kuat, nilai yang dirasakan tidak cukup untuk mendorong loyalitas secara langsung.

Beberapa penelitian sebelumnya memang sudah membahas variabel loyalitas pelanggan. Namun, objek dan konteks yang di dalam studi ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Sebagai contoh, Yum & Kim (2024) mengkaji pengaruh nilai utilitarian, hedonik, dan nilai sosial terhadap loyalitas pelanggan di platform hiburan digital, namun objek penelitiannya adalah platform hiburan secara umum, tanpa mengkhususkan pada satu jenis platform. Selain itu, penelitian oleh Chandra & Rodhiah 2023 juga meneliti pengaruh nilai utilitarian dan hedonik

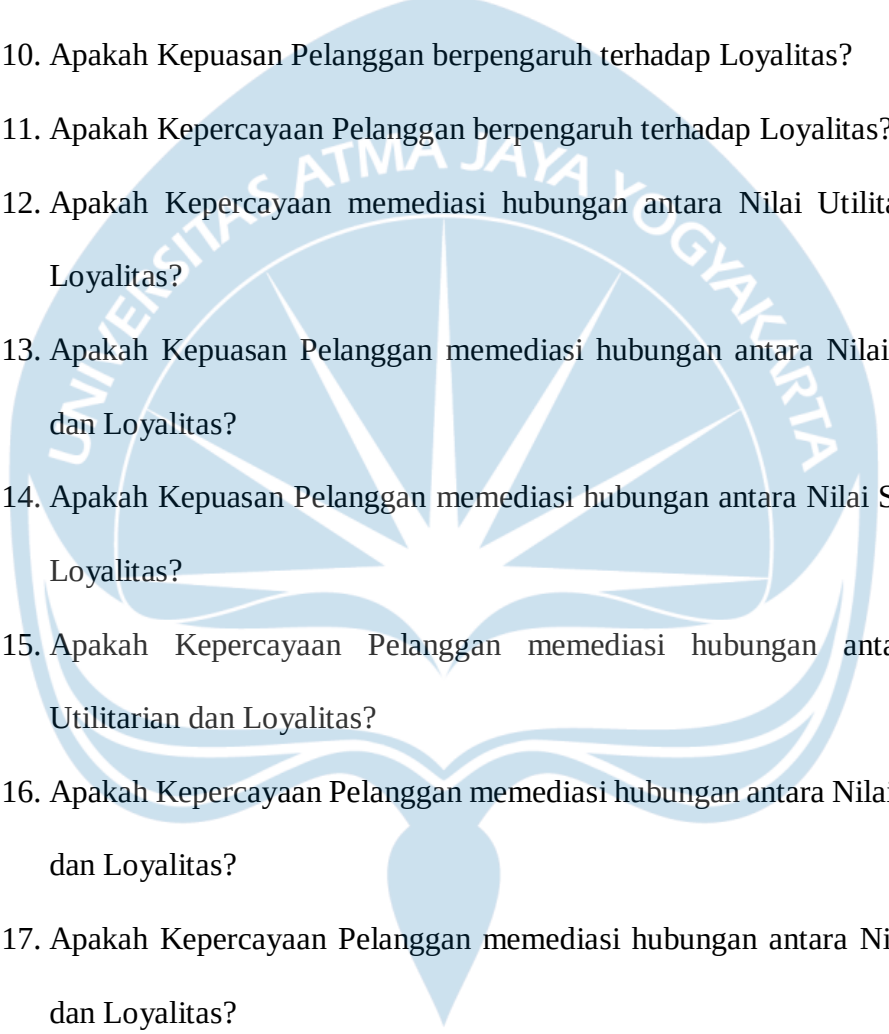
kepada loyalitas pelanggan pada *e-commerce* di Jakarta untuk pengguna transportasi dan makanan *online*. Penelitian lain oleh Rachim & Marliani (2024) mengamati pengaruh nilai utilitarian dan hedonik pada loyalitas pelanggan di industri makanan cepat saji, yang memiliki objek dan konteks industri yang berbeda dengan hiburan digital interaktif.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan walau banyak yang meneliti loyalitas dalam platform digital atau *e-commerce*, namun penelitian yang meneliti platform hiburan digital interaktif seperti Roblox yang melibatkan interaksi sosial aktif dan partisipasi pengguna, masih sangat terbatas. Peneliti berharap supaya dengan adanya penelitian ini dapat mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas pengguna pada platform Roblox serta memberikan gambaran dan pengetahuan yang lebih luas mengenai bagaimana variabel-variabel tersebut saling berinteraksi pada hiburan digital yang sangat dinamis dan interaktif, yang belum banyak dibahas dan diteliti.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang sebelumnya sudah dijelaskan, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian sebagai berikut:

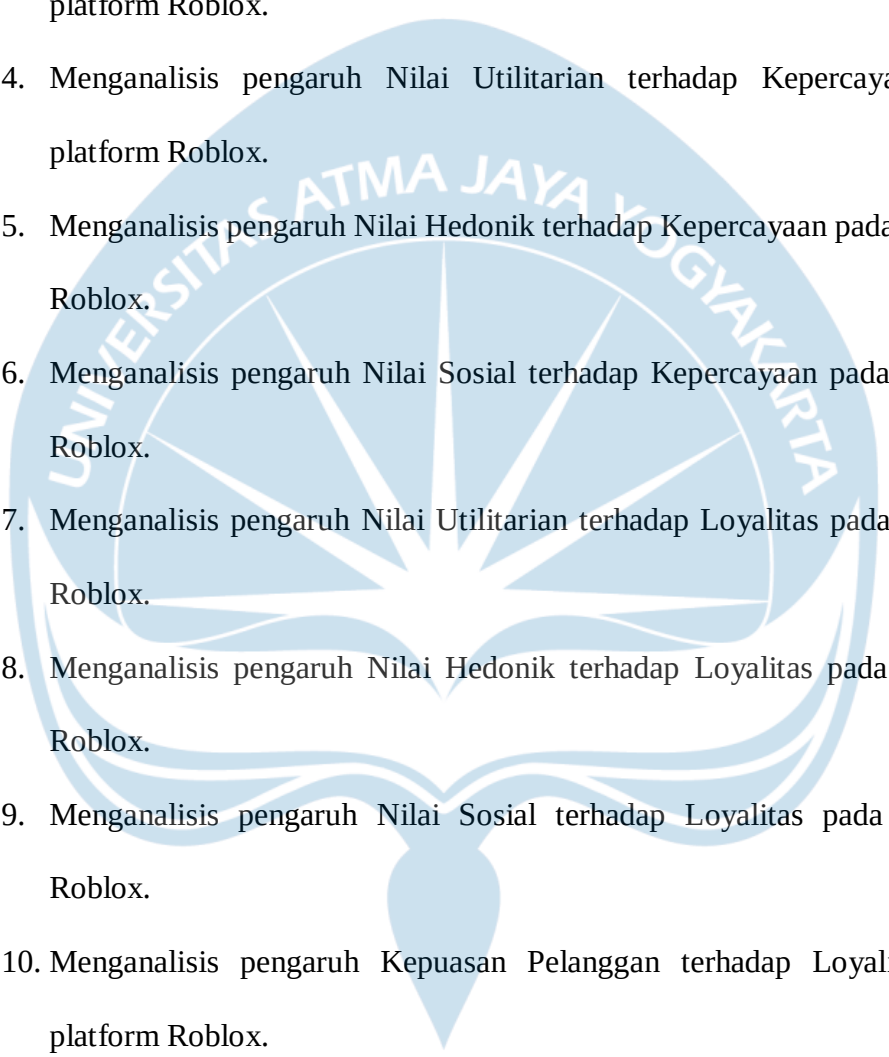
1. Apakah Nilai Utilitarian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Nilai Hedonik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
3. Apakah Nilai Sosial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
4. Apakah Nilai Utilitarian berpengaruh terhadap Kepercayaan?
5. Apakah Nilai Hedonik berpengaruh terhadap Kepercayaan?

- 
6. Apakah Nilai Sosial berpengaruh terhadap Kepercayaan?
 7. Apakah Nilai Utilitarian berpengaruh terhadap Loyalitas?
 8. Apakah Nilai Hedonik berpengaruh terhadap Loyalitas?
 9. Apakah Nilai Sosial berpengaruh terhadap Loyalitas?
 10. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas?
 11. Apakah Kepercayaan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas?
 12. Apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara Nilai Utilitarian dan Loyalitas?
 13. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Nilai Hedonik dan Loyalitas?
 14. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Nilai Sosial dan Loyalitas?
 15. Apakah Kepercayaan Pelanggan memediasi hubungan antara Nilai Utilitarian dan Loyalitas?
 16. Apakah Kepercayaan Pelanggan memediasi hubungan antara Nilai Hedonik dan Loyalitas?
 17. Apakah Kepercayaan Pelanggan memediasi hubungan antara Nilai Sosial dan Loyalitas?

1.3. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Kepuasan Pelanggan pada platform Roblox.

- 
2. Menganalisis pengaruh Nilai Hedonik terhadap Kepuasan Pelanggan pada platform Roblox.
 3. Menganalisis pengaruh Nilai Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan pada platform Roblox.
 4. Menganalisis pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Kepercayaan pada platform Roblox.
 5. Menganalisis pengaruh Nilai Hedonik terhadap Kepercayaan pada platform Roblox.
 6. Menganalisis pengaruh Nilai Sosial terhadap Kepercayaan pada platform Roblox.
 7. Menganalisis pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Loyalitas pada platform Roblox.
 8. Menganalisis pengaruh Nilai Hedonik terhadap Loyalitas pada platform Roblox.
 9. Menganalisis pengaruh Nilai Sosial terhadap Loyalitas pada platform Roblox.
 10. Menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pada platform Roblox.
 11. Menganalisis pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas pada platform Roblox.
 12. Menguji peran Kepuasan Pelanggan sebagai mediator dalam hubungan antara Nilai Utilitarian dan Loyalitas pada platform Roblox.

13. Menguji peran Kepuasan Pelanggan sebagai mediator dalam hubungan antara Nilai Hedonik dan Loyalitas pada platform Roblox.
14. Menguji peran Kepuasan Pelanggan sebagai mediator dalam hubungan antara Nilai Sosial dan Loyalitas pada platform Roblox.
15. Menguji peran Kepercayaan sebagai mediator dalam hubungan antara Nilai Utilitarian dan Loyalitas pada platform Roblox.
16. Menguji peran Kepercayaan sebagai mediator dalam hubungan antara Nilai Hedonik dan Loyalitas pada platform Roblox.
17. Menguji peran Kepercayaan sebagai mediator dalam hubungan antara Nilai Sosial dan Loyalitas pada platform Roblox.

1.4. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Penelitian ini menjadi referensi baru untuk memahami dampak persepsi nilai terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas di platform hiburan digital interaktif.
 - b) Berkontribusi mengembangkan teori pemasaran dengan menjelaskan bagaimana kepuasan dan kepercayaan pelanggan mendorong loyalitas di platform hiburan digital seperti Roblox.
2. Manfaat Praktis
 - a) Menjadi referensi bagi pengelola platform hiburan digital seperti Roblox dalam mengatur persepsi nilai pelanggan demi meningkatkan loyalitas dan kepercayaan.

- b) Menjadi referensi bagi pengelola platform untuk membuat strategi pemasaran yang efektif dan tepat, untuk menjaga loyalitas pengguna dan meningkatkan daya saing di pasar.

3. Manfaat Sosial

- a) Membantu pengguna untuk memahami faktor seperti *perceived value*, kepuasan, dan kepercayaan dapat memengaruhi loyalitas pengguna terhadap platform hiburan digital, serta memberikan pemahaman tentang cara memilih platform yang lebih sesuai dengan kebutuhan.
- b) Mendorong pengelola platform hiburan digital untuk lebih mengetahui wawasan terhadap kebutuhan pengguna, serta berkomitmen dalam menciptakan pengalaman yang lebih baik dan lebih aman untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun dengan urutan sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan

Mulai dari masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian, hingga manfaat yang diharapkan akan dijelaskan di bab ini. Bab ini juga membahas rumusan masalah dan tujuan yang akan dibahas nanti.

2. Bab II: Tinjauan Pustaka

Konsep dan gagasan yang sesuai dengan studi ini dibahas dalam bab ini, termasuk konsep tentang nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan,

loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan. Bab ini juga mencakup tinjauan atas penelitian sebelumnya mengenai topik studi ini, beserta kerangka kerja yang akan diterapkan.

3. **Bab III: Metodologi Penelitian**

Bab ini akan menjelaskan penelitian kuantitatif, suatu pendekatan penelitian yang menggunakan data numerik yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SEM, teknik pengumpulan data dengan skala Likert 5 poin, serta analisis. Penjelasan tentang populasi dan sampel penelitian (pengguna aktif Roblox dengan kriteria menggunakan Roblox selama 3 bulan terakhir), instrumen penelitian, serta teknik analisis yang digunakan juga disampaikan dalam bab ini.

4. **Bab IV: Hasil dan Pembahasan**

Hasil analisis data yang didapat, yaitu karakteristik responden, pengujian instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian model menggunakan *measurement model* dan *structural model* dan dilanjutkan dengan uji hipotesis dibahas di bab ini. Temuan lalu dibahas secara lengkap dengan mengaitkannya pada kerangka teori dan penelitian terdahulu. Pembahasannya fokus pada bagaimana persepsi nilai memengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan, serta bagaimana kepuasan dan kepercayaan berperan sebagai mediator.

5. **Bab V: Kesimpulan dan Saran**

Bab ini yang merangkum seluruh hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan. Berdasarkan kesimpulan yang sudah ada, ada beberapa saran

yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif. Secara praktis, saran ditujukan kepada pengelola platform hiburan digital, misalnya Roblox, untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna. Secara teoretis dan metodologis, saran diberikan kepada peneliti berikutnya yang hendak melakukan studi lanjutan dengan topik yang relevan.

