

ANALISIS POPULARITAS GAME MOBILE LEGEND MENGUNAKAN TECHNOLOGY ACCPETANCE MODEL



Penulis :
MUHAMMAD ADAM IBRAHIM
NIM : 3021910021

Dosen Pembimbing :
BRINA MIFTAHURROHMAH, S.Si., M.Si., MCE

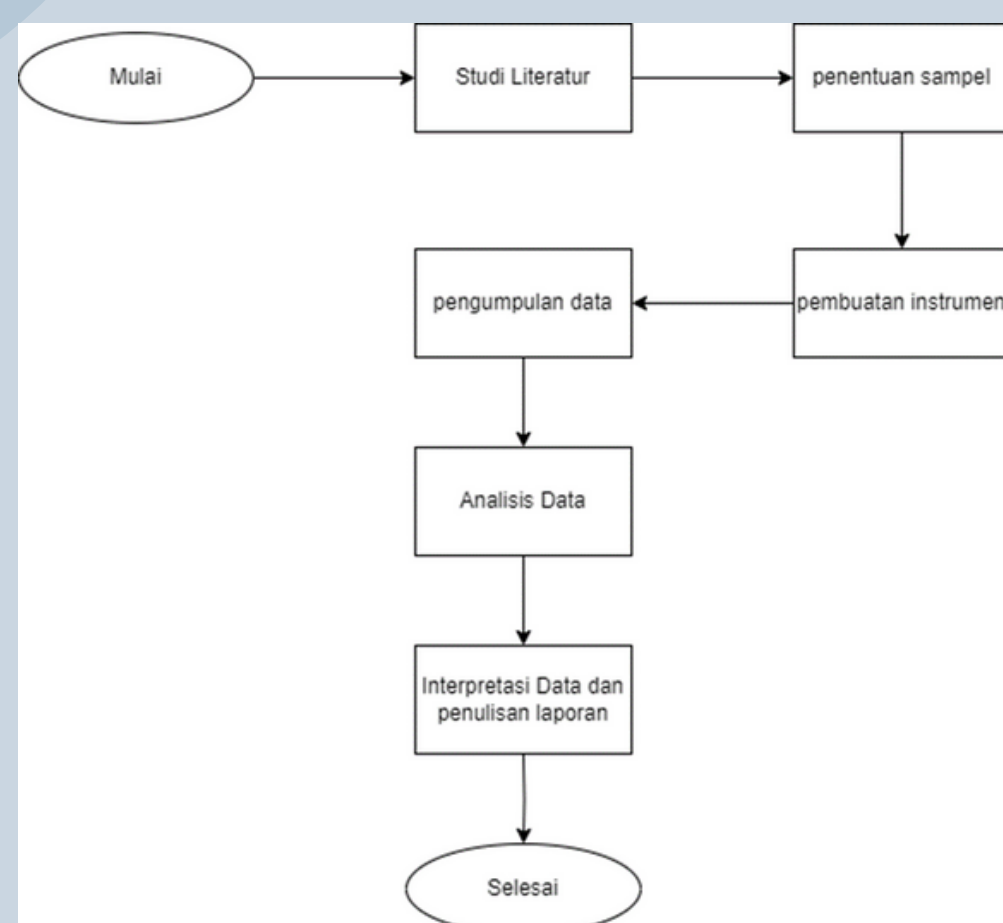
Deskripsi

Mobile Legends merupakan sebuah game online multiplayer yang bergenre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA). Mobile Legends dikembangkan oleh moonton selaku developer dan dirilis diseluruh dunia pada 14 juli 2016. Game tersebut bisa dimainkan pada platform android dengan menggunakan bantuan internet. Di Indonesia, Mobile Legends merupakan salah satu game yang sangat populer dan telah banyak dimainkan oleh masyarakat terutama anak muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat popularitas game Mobile Legends menggunakan model TAM. Metode penelitian yang dipakai yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel yang digunakan adalah pemain game Mobile Legends yang telah memainkan Game tersebut. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS - SEM). Hasil dari penelitian ini adalah Social Interaction, Use Context, Perceived Ease of Use, Perceived usefulness, Attitude Toward Using, dan Behaviour Intention dapat mempengaruhi secara positif tingkat popularitas game Mobile Legends.

Rumusan masalah

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat popularitas dari game mobile legends?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor yang membuat seseorang tertarik untuk memainkan (behaviour intention) game Mobile legends?

Metode Penelitian



Hasil

hasil yang didapatkan adalah dari 7 hipotesis yang ada dalam penelitian terdapat 6 hipotesis yang dapat diterima karena mempunyai hubungan yang signifikan dan saling berpengaruh secara positif terhadap tingkat popularitas game mobile legends

Kesimpulan

Hubungan antar variabel Social Interaction, Use Context, Perceived Ease of Use, Perceived usefulness, Attitude Toward Using, dan Behaviour Intention berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat popularitas game Mobile Legend. Perceived usefulness dan Attitude Toward Using berpengaruh secara langsung terhadap Behaviour Intention, sedangkan variabel independent selain itu berpengaruh secara tidak langsung terhadap Behaviour Intention. Perceived usefulness juga berpengaruh secara tidak langsung terhadap Behaviour Intention tetapi mulai Attitude Toward Using.