

**ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI DAN MOTIVASI
PENGGUNA *GAME MOBILE LEGENDS*
MELALUI KONSTRUK GAMIFIKASI
DALAM MODEL UTAUT2**



Disusun Oleh:

N a m a : Aditya Juliawan S.

NIM : 21523108

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI DAN MOTIVASI
PENGGUNA *GAME MOBILE LEGENDS*
MELALUI KONSTRUK GAMIFIKASI
DALAM MODEL UTAUT2**



Yogyakarta, 24 Juli 2025

Pembimbing,


(Irving Vitra Paputungan, S.T., M.Sc., Ph.D.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI DAN MOTIVASI PENGGUNA *GAME MOBILE LEGENDS* MELALUI KONSTRUK GAMIFIKASI DALAM MODEL UTAUT2

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 06 Agustus 2025

Tim Penguji

Irving Vitra Paputungan, S.T., M.Sc., Ph.D.

09/09/2025

Anggota 1

Dr. Feri Wijayanto, S.T., M.T.

Anggota 2

Kholid Haryono, S.T., M.Kom.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



(Dthomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditya Juliawan Suryaputra

NIM : 21523108

Tugas akhir dengan judul:

**ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI DAN MOTIVASI
PENGGUNA *GAME MOBILE LEGENDS*
MELALUI KONSTRUK GAMIFIKASI
DALAM MODEL UTAUT2**

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 24 Juli 2025



(Aditya Juliawan S.)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Swt atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti; kepada dosen pembimbing serta seluruh dosen pengajar yang telah membagikan ilmu dan bimbingan dengan tulus; kepada sahabat dan rekan seperjuangan yang senantiasa menemani dalam suka dan duka selama proses studi; serta untuk diri saya sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah hingga mampu menyelesaikan karya ini.

HALAMAN MOTO

Biarlah rasa kagum kepada kehebatan orang lain menjadi bahan bakar untuk terus belajar dan berusaha, sebab dengan tekad dan kerja keras, suatu hari nanti kita pun akan meraih hal yang kita impikan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul” Analisis Penerimaan Teknologi dan Motivasi Pengguna *Game Mobile Legends* melalui Konstruk Gamifikasi dalam Model UTAUT2” dedngan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Serjana pada Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai kendala dan tantangan, terutama kerulitan seperti keterbatasan waktu, keterbatasan sumber daya, serta hambatan teknis selama proses pengumpulan data. Namun berkat dukungan dan bantuin dari berbagai pihak, kenadala tersebut dapat teratasi.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Irving Vitra Paputungan, selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan arahan selama proses Penulisan skripsi ini
2. Bapak dan Ibu dosen di Universitas Islam Indonesia, atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan selama masa perkuliahan
3. Kedua orang tua tercinta dan keluarga, atas doa, motivasi, dan dukungan yang tiada henti membantu penulis menyelesaikan skripsi hingga saat ini
4. Teman–teman seperjuangan yang rela menemani dan membantu penulis menyelesaikan skripsi
5. Dan semua pihak yang telah memberikan bantuin baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ni masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka diri Terhadap kritik dan saran yang Membangun. Besar harapan penulis agar hasil dari penelitian ini dapat memberikan Manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bagi pihak–pihak yang berkepentingan dalam bidang terkait

Yogyakarta, 24 Juli 2025



(Aditya Juliawan S.)

SARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh elemen gamifikasi terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna dalam Permainan *Mobile Legends* dengan menggunakan pendekatan UTAUT2, Latar belakang penelitian ini didasari oleh semakin populernya *Mobile Legends* sebagai Permainan daring yang mengintegrasikan elemen gamifikasi seperti sistem poin, level, penghargaan, dan papan persingkat, yang berpotensi memengaruhi perilaku dan motivasi pengguna. Penelitian ini relevan untuk memahami bagaimana elemen gamifikasi dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong penerimaan teknologi dalam konteks permainan daring. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner daring dengan menggunakan platform Google Form kepada 315 responden berusia 16 hingga 30 tahun, yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja, serta pemain aktif atau pernah memainkan *game Mobile Legends*. Data primer yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial, termasuk regresi linier berganda, untuk menguji hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen

Intrumen penelitian divalidasi melalui uji validitas isi dengan *Content Validity Index* (CVI) dan uji validitas konstruk, serta uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* untuk Memastikan keandalan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen gamifikasi dalam *Mobile Legends*, seperti misi harian, papan persingkat, dan hadiah, memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna, sementara *facilitating conditions* memengaruhi penerimaan teknologi secara signifikan. Selain itu *social influence* ditemukan mendorong *behavioral intention* yang pada akhirnya memengaruhi use behavior. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan UTAUT2 yang disesuaikan dengan gamifikasi efektif untuk menjelaskan dinamika penerimaan teknologi dan motivasi dalam konteks permainan daring. Penelitian ini memberikan wawasan bagi Pengembang *game* untuk mengoptimalkan elemen gamifikasi untuk meningkatkan Keterlibatan pengguna.

Kata kunci: gamifikasi, *Mobile Legends*, UTAUT2, penerimaan teknologi, motivasi pengguna
 analisis kuantitatif, kuesioner

GLOSARIUM

Gamifikasi	Penggunaan elemen-elemen permainan dalam konteks non permainan untuk meningkatkan keterlibatan dan motivasi pengguna.
Habit	Kebiasaan atau kecenderungan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi atau melakukan aktivitas tertentu secara berulang.
Behavioral Intention	Kecenderungan atau niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi di masa mendatang.
Effort Expectancy	Tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan suatu teknologi atau aplikasi.
Facilitating Conditions	Kondisi atau dukungan infrastruktur yang memungkinkan pengguna mengakses dan menggunakan teknologi dengan mudah,
Hedonic Motivation	Motivasi yang muncul karena perasaan senang atau kesenangan saat menggunakan suatu teknologi atau aplikasi
Skala Likert	Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner untuk mengukur sikap atau persepsi responden terhadap suatu pernyataan
Price Value	Persepsi pengguna terhadap kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat atau nilai yang diterima.
Social Influence	pengaruh sosial dari orang-orang di sekitar terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi atau aplikasi.
Use Behavior	perilaku nyata pengguna dalam menggunakan teknologi
Performance Expectancy	tingkat harapan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan performa atau hasil yang diinginkan.
Regresi Linier Berganda	metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
SARI	viii
GLOSARIUM	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Metodologi Penelitian Secara Umum	8
1.8 Struktur Laporan	10
BAB II Kajian Pustaka	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Mobile Legends</i>	11
2.1.2 Gamifikasi	13
2.1.3 Motivasi pengguna	19
2.1.4 Penerimaan Teknologi	20
2.1.5 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	20
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Penelitian	26
2.4 Perumusan Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33

3.1 Data dan Metode Memperoleh Data	34
3.1.1 Definisi Variabel.....	35
3.1.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.1.3 Metode Pengumpulan Data	43
3.1.4 Kuesioner.	44
3.2 Pengolahan Data.....	72
3.2.1 Tahapan Pengolahan Data.....	72
3.2.2 Analisis Statistik	74
3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	77
3.3.1 Uji Pretest.....	77
3.3.2 Uji Validitas	78
3.3.3 Uji Reliabilitas.....	81
3.4 Interpretasi Hasil	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1 Deskripsi Data Penelitian	83
4.2 Pengolahan Data.....	86
4.2.1 Penyusunan Data	86
4.2.2 Pembersihan Data	87
4.2.3 Pengkodean Data	88
4.3 Uji Pretest dan Validitas Isi	89
4.3.1 Validitas Isi	89
4.3.2 Uji Pretest.....	107
4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	109
4.4.1 Uji Validitas	109
4.4.2 Uji Validitas Konstruk	112
4.4.3 Uji Reliabilitas.....	116
4.5 Analisis Statistik.....	118
4.5.1 Analisis Deskriptif	118
4.5.2 Analisis Inferensial	121
4.6 Pembahasan.....	132
BAB V Kesimpulan dan Saran	140
5.1 Kesimpulan	140
5.2 Limitasi..	141
5.3 Saran....	142

DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN	153

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Elemen gamifikasi pada <i>game</i> Mobile Legend	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Variabel Dependen (Y)	35
Tabel 3.2 Variabel Independen (X).....	37
Tabel 3.3 Skala Pengukuran	44
Tabel 3.4 Kuesioner	44
Tabel 4.1 Persebaran Umur	84
Tabel 4.2 Persebaran Jenis Kelamin	85
Tabel 4.3 Persebaran Jenis Kelamin	88
Tabel 4.4 Validas Isi <i>Performance Expectancy</i>	90
Tabel 4.5 Validas Isi <i>Effort Expectancancy</i>	92
Tabel 4.6 Validas Isi <i>Social Influence</i>	93
Tabel 4.7 Validas Isi <i>facilitating Condition</i>	95
Tabel 4.8 Validas Isi <i>Hedonic Motivaition</i>	96
Tabel 4.9 Validas Isi <i>Habit</i>	97
Tabel 4.10 Validas Isi <i>Price Value</i>	99
Tabel 4.11 Validas Isi Penerimaan Teknologi.....	101
Tabel 4.12 Validas Isi Motivasi Pengguna	102
Tabel 4.13 Validas Isi <i>Behavioral Intention</i>	104
Tabel 4.14 Validas Isi <i>Use Behavior</i>	105
Tabel 4.15 Hasil Validas Isi	106
Tabel 4.16 Hasil Validitas Pretest.....	107
Tabel 4.17 Hasil Reliabilitas Pretest	109
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas	111
Tabel 4.19 Hasil uji validitas konstruk.....	114
Tabel 4.20 Hasil uji reliabilitas.....	117
Tabel 4.21 Hasil Analisis Deskriptif.....	119
Tabel 4.22 Hasil regresi linier berganda	123
Tabel 4.23 Hasil uji F.....	126
Tabel 4.24 Hasil uji t	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Genre <i>game mobile</i> yang paling disukai	2
Gambar 1.2 <i>Game MOBA</i> paling populer tahun 2024	3
Gambar 1.3 Metodologi penelitian secara umum	9
Gambar 2.1 Tampilan <i>game Mobile Legends</i>	11
Gambar 2.2 Tampilan halaman misi pada <i>Mobile Legends</i>	17
Gambar 2.3 Tampilan <i>badge</i> dalam <i>game Mobile Legends</i>	18
Gambar 2.4 Model UTAUT 2 (Venkatesh et al., 2012).....	21
Gambar 2.5 Kerangka penelitian	26
Gambar 3.1 Diagram Alur	34
Gambar 3.2 Hubungan Antar Variabel	40
Gambar 4.1 Visualisasi Persebaran Umur Responden.....	84
Gambar 4.2 Visualisasi Persebaran Jenis Kelamin Responden.....	86
Gambar 4.3 Penyusunan Data Responden	87
Gambar 4.4 Penyusunan Data Responden	87
Gambar 4.5 Pengkodean Data	89
Gambar 4.6 Hasil pengkodean data	89
Gambar 4.7 Melakukan uji validitas	110
Gambar 4.8 Kode uji validitas konstruk.....	113
Gambar 4.9 Kode uji reliabilitas	117
Gambar 4.10 Kode analisis deskriptif	119
Gambar 4.11 Pengujian regresi linier berganda	122
Gambar 4.12 Melakukan uji F	125
Gambar 4.13 Melakukan uji t	129

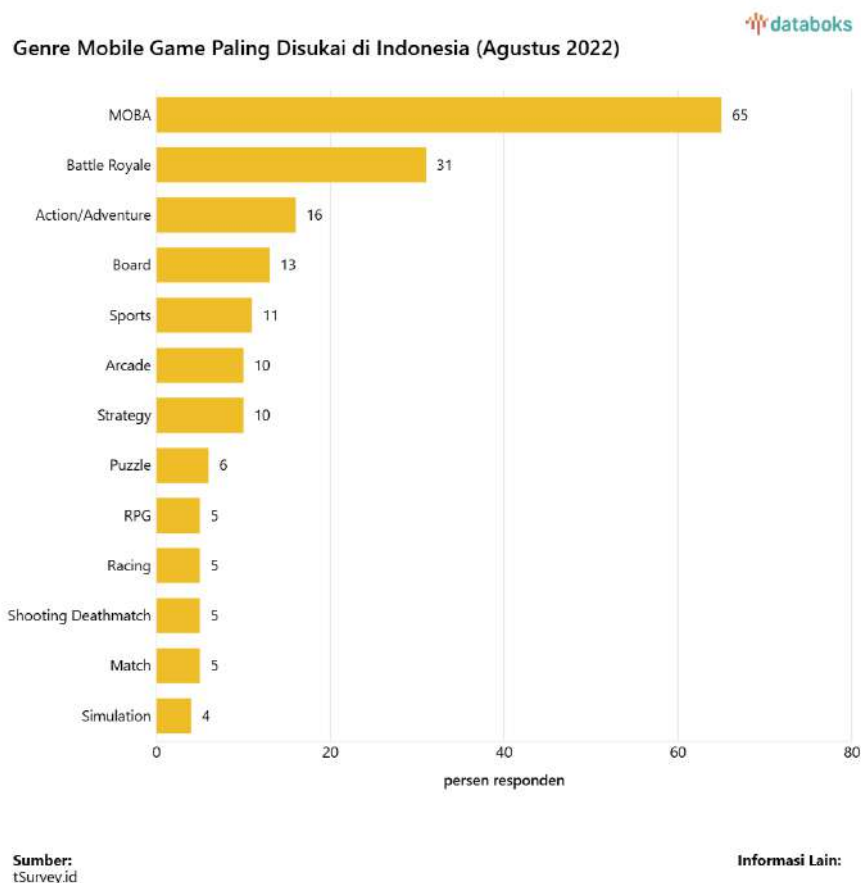
BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat kini merambah ke berbagai bidang, termasuk pendidikan, ekonomi, informasi, komunikasi, hingga hiburan. Teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam dunia hiburan seperti *game*. Dengan kemajuan perangkat teknologi, Masyarakat dapat menikmati berbagai bentuk hiburan, salah satunya adalah *game*, baik secara *online* maupun *offline*. *Game online* memungkinkan pemain dari berbagai lokasi untuk berinteraksi dan bermain bersama melalui koneksi internet, sehingga menjadikannya bagian dari gaya hidup digital modern (Yogatama dkk.,2019; Putri dkk., 2021). *Game online* hadir dalam berbagai genre, seperti *Real Time Strategy* (RTS) yang mengharuskan pemain mengatur strategi dan sumber daya, contohnya *Age of Empires* dan *Warcraft*. Ada juga *Role Playing Game* (RPG), di mana pemain berperan sebagai karakter fiksi dengan misi tertentu, seperti dalam *game Pokemon* atau *Elden Ring*. Sementara itu, genre *Massively Multiplayer Online Roleplaying Game* (MMORPG) memungkinkan ribuan pemain terhubung dalam satu dunia virtual, berinteraksi, bekerjasama, atau bertarung satu sama lain, seperti dalam *World of Warcraft* dan *Black Desert Online*.

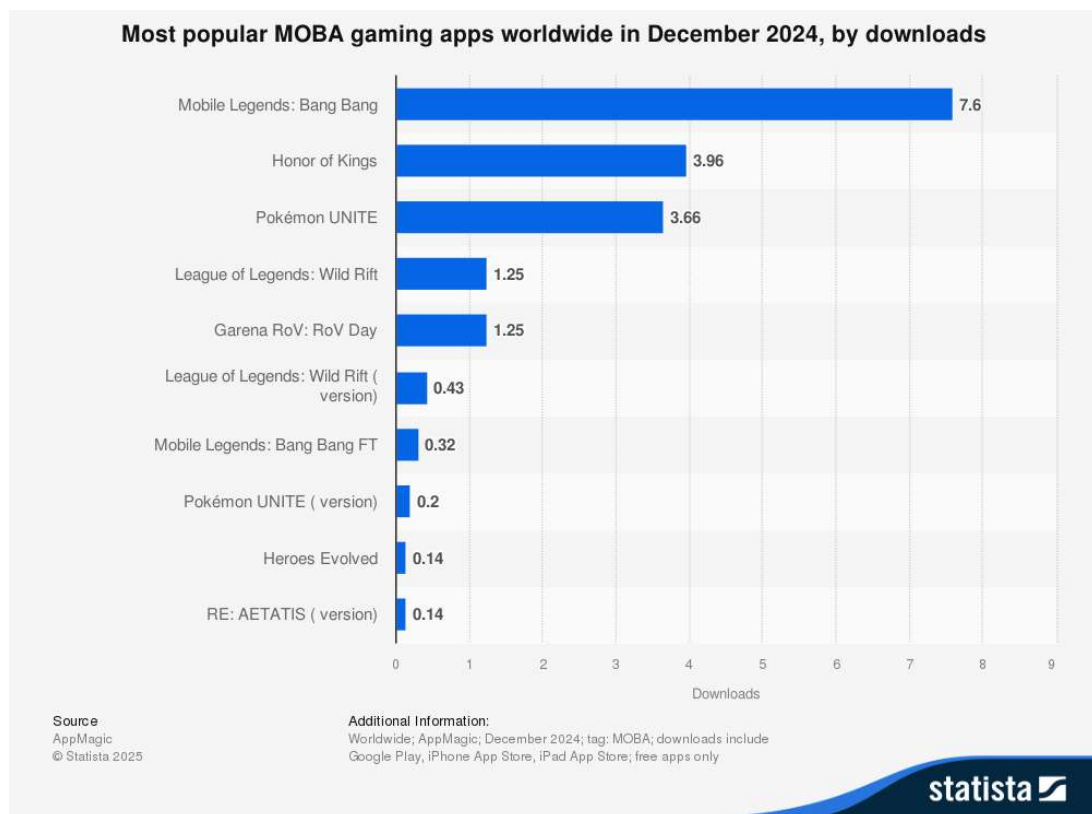
Genre berikutnya adalah *simulation*, yaitu genre Permainan yang mensimulasikan aktivitas kehidupan nyata dalam bentuk permainan, seperti mengelola kota, bercocok tanam, mengendalikan pesawat, atau bahkan menjadi hewan. Contoh *game* bergenre ini adalah *Thesims* dan *Goat Simulator*. Selanjutnya ada genre *First Pearson Shooter* (FPS), yaitu Permainan yang dimainkan dari sudut pandang orang pertama, di mana pemain melihat langsung dunia *game* melalui perspektif karakter yang dikendalikan. Contoh *game* FPS antara lain *Counter Strike* dan *Call of Duty*. Genre terakhir adalah *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA), yaitu Permainan berbasis tim di mana pemain bekerja sama untuk menghancurkan bangunan utama milik musuh seraya mempertahankan bangunan milik tim sendiri. Genre ini menekankan kerjasama tim, strategi dan koordinasi dalam waktu nyata. Contoh *game* MOBA yang populer adalah *Dota 2* dan *Mobile Legends*



Gambar 1.1 Genre *game mobile* yang paling disukai

Berdasarkan Gambar 1.1 tentang hasil survei yang telah dilakukan oleh telkomsel, tSurvey.id (dalam annur 2023), genre *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) menjadi genre yang paling disukai oleh berbagai kalangan mulai dari generasi X, generasi Z, hingga generasi milenial. Survei tersebut dilakukan di Indonesia terhadap 2000 responden yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, orang dewasa. Tingginya minat terhadap genre MOBA, khususnya pada permainan seperti *Mobile Legends*, *Dota 2*, *League of Legends*, dan lain lainnya, menunjukkan bahwa elemen gamifikasi dalam permainan ini mampu membangkitkan semangat berkompetitif di antara para pemain. Elemen seperti papan peringkat, pertandingan tim, dan hadiah membuat pemain merasa tertantang untuk bersaing dengan orang lain, dan inilah yang menjadi daya tarik utama bagi mereka. Daya tarik ini tidak hanya membuat permainan terasa seru, tetapi juga mendorong pemain untuk terus meningkatkan kemampuan mereka, yang pada akhirnya memperkuat popularitas genre MOBA di Indonesia, khususnya di kalangan usia muda yang aktif bermain *game*.

Keunggulan genre MOBA terletak pada kombinasi strategi dan kerjasama tim yang membuat setiap pertandingan terasa menarik dan tidak monoton. Misalnya, dalam permainan *Mobile Legends* pemain harus bekerja sama dengan tim untuk menyusun taktik, mengalahkan lawan, dan mencapai tujuan bersama, seperti menghancurkan base musuh. Selain itu, fitur gamifikasi seperti papan peringkat dan *event* khusus memberikan dorongan tambahan bagi pemain untuk terus bermain dan meraih peringkat yang lebih tinggi ataupun mendapatkan hadiah eksklusif. Sensasi kemenangan setelah pertandingan sengit, ditambah dengan komunitas aktif di media sosial maupun forum, juga memperkuat rasa kebersamaan dan kompetisi. Hal-hal ini lah yang membuat genre MOBA tidak hanya menghibur, tetapi juga menciptakan pengalaman bermain yang menyenangkan dan bermakna bagi penggemarnya di Indonesia.



Gambar 1.2 *Game* MOBA paling populer tahun 2024

Dominasi genre MOBA seperti ditunjukkan pada Gambar 1.2, terutama pada *game Mobile Legends*, terlihat pada data global yang dirilis oleh Statista (2025). Pada Desember 2024, *Mobile Legends* menjadi *game* bergenre MOBA paling populer di dunia dengan jumlah unduhan mencapai 7,6 juta, jauh melampaui *game* moba lainnya seperti *Honor of Kings* yang

mencatat 3,95 juta unduhan, *Pokemon Unite* dengan 3,66 juta unduhan, *League of Legends* yang hanya mendapatkan 1,25 juta unduhan. Dan lain sebagainya. Data ini menunjukkan bahwa *Mobile Legends* menjadi *game* bergenre MOBA yang paling diminati secara global,

Mobile Legends merupakan permainan mobile bertipe *multi online battle arena* (MOBA) yang di kembangkan dan dibuat oleh perusahaan Moonton. Permainan ini resmi dirilis pada tanggal 14 juli 2016, Sebagai permainan bergenre MOBA, *Mobile Legends* melibatkan dua tim yang terdiri dari lima pemain dengan tujuan utama untuk menghancurkan *base* lawan. Setiap pemain ini mengendalikan karakter yang disebut *hero*, yang memiliki keunikan masing-masing, baik dari segi desain penampilan maupun kemampuan. Penampilan *hero* dapat diubah melalui berbagai jenis *skin* yang menarik, yang terbagi menjadi beberapa kategori yaitu normal, *elite*, *spesial*, *epic*, *collector*, dan *legend*. Selain itu *hero* memiliki berbagai *skill* yang dapat digunakan selama pertandingan untuk mengalahkan musuh. Skill tersebut memiliki efek dan desain yang unik, sehingga memberikan pengalaman bermain yang beragam dan menarik bagi pemain.

Gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* menjadi salah satu faktor yang mendukung popularitas dan daya tarik dikalangan para pemain. Elemen-elemen gamifikasi yang menarik seperti *leaderboard*, *achievement*, hadiah harian, dan *event* yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pemain serta mendorong partisipasi agar bermain dalam jangka panjang. Dengan adanya sistem ini pemain tidak hanya bermain untuk menang, tetapi juga untuk mendapatkan hadiah eksklusif seperti *skin*, *hero*, *emblem* maupun *battle point* atau mata uang yang digunakan di dalam permainan *Mobile Legends*. Penggunaan elemen gamifikasi mampu mendorong rasa kompetitif serta kepuasan pribadi bagi para pemain yang membuat mereka merasa dihargai atas usaha dan perkembangan mereka dalam permainan. Hal ini lah yang memotivasi pemain untuk terus bermain *game Mobile Legends* untuk terus meningkatkan kemampuan mereka serta mendapatkan berbagai *item* yang terdapat dalam permainan *Mobile Legends*

Motivasi pengguna untuk terus bermain *Mobile Legends* sangat dipengaruhi oleh elemen gamifikasi. Motivasi didasarkan pada lima aspek yaitu hubungan dengan orang lain (*relationship*), dorongan untuk terus terlibat dalam permainan secara mendalam (*Immersion*), keinginan untuk mengganggu pemain lain (*grief*), adanya hal yang ingin dicapai (*achievement*), dan kesempatan untuk memimpin orang lain (*leadership*) (Anggraeni, et al, 2021). Dalam konteks permainan *Mobile Legends*, aspek *relationship* terlihat pada kerjasama tim dalam pertandingan lima lawan lima, dimana pemain harus berkomunikasi dan saling membantu

untuk meraih kemenangan. Aspek *Immersion* dapat terlihat dari pengalaman bermain di mana pemain terlibat secara emosional, fokus mengalahkan hero serta base lawan, dan saat pemain terlarut dalam suasana pertandingan. *Grief* dapat terjadi ketika pemain melakukan *trolling* atau mengganggu jalannya pertandingan, seperti menggunakan item yang tidak sesuai maupun memilih hero yang dapat menyebabkan kekalahan. Aspek *achievement* tercermin melalui keberhasilan pemain dalam mencapai peringkat tinggi pada *leaderboard*, serta memperoleh berbagai hadiah seperti *skin*, *hero*, maupun *item* sebagai bentuk penghargaan atas pencapaian mereka didalam permainan. Yang terakhir adalah aspek *leadership* terlihat saat pemain berperan sebagai pemimpin dalam tim, yang mampu menyusun strategi, memberikan arahan yang efektif, serta mengarahkan timnya menuju kemenangan.

Motivasi pengguna untuk tetap bermain *Mobile Legends* tidak hanya berasal dari elemen gamifikasinya, tetapi juga dari kebutuhan psikologis yang timbul selama bermain. Pemain merasa dihargai ketika usaha mereka mendapatkan pengakuan dari orang lain, baik melalui peringkat pada *leaderboard*, mendapatkan hadiah eksklusif seperti *skin* terbatas, maupun pujian dari sesama anggota tim. Rasa kebersamaan dalam komunitas permainan menjadi pendorong utama, karena pemain merasa terhubung dengan kelompok yang visi dan tujuan yang serupa. Tantangan yang terus diperbaharui seperti *hero* baru, sistem peringkat, dan *event* terbatas, hal ini memicu rasa ingin tahu dan semangat untuk mencoba fitur baru. Selain itu interaksi sosial yang aktif melalui komunikasi, kerja sama tim, atau bahkan persaingan menciptakan pengalaman bermain yang lebih menyenangkan. Faktor ini dapat memotivasi mereka untuk terus terlibat dalam permainan untuk jangka panjang

Penerimaan teknologi dalam permainan *Mobile Legends* memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman bermain dan mempertahankan motivasi pengguna dalam memainkan *Mobile Legends*. Penerimaan teknologi merujuk pada sejauh mana pengguna bersedia menerima dan menggunakan teknologi sebagai bagian dari aktivitas mereka, yang dalam konteks ini berkaitan dengan fitur-fitur teknologi yang mendukung kenyamanan dan efektivitas bermain. Teknologi yang diterapkan seperti antarmuka pengguna, *server* yang stabil, dan fitur komunikasi seperti *voice chat* maupun *quick chat*, memudahkan pemain untuk berinteraksi serta berkoordinasi selama permainan, hal ini mendukung aspek *leadership* dan *leadership*. Pembaruan teknologi, seperti *grafis* berkualitas tinggi, animasi yang memukau, dan efek suara yang menarik, mampu menciptakan suasana permainan yang lebih nyata dan menyenangkan, sehingga pemain dapat lebih tenggelam dalam permainan. Sistem anti-cheat dan pelaporan berbasis teknologi membantu mengurangi perilaku mengganggu sehingga

terciptanya lingkungan yang lebih adil. Selain itu teknologi *leaderboard* dan pelacakan progres memungkinkan pemain untuk memantau pencapaian mereka, sehingga mendukung aspek *achievement* dalam permainan. Melalui integrasi teknologi yang berjalan dengan lancar, *Mobile Legends* tidak hanya menyajikan pengalaman bermain yang menghibur, tetapi juga meningkatkan loyalitas pemain melalui akses yang mudah dan tingkat interaktivitas yang tinggi

Penelitian ini dilakukan karena *Mobile Legends* sebagai salah satu permainan paling populer saat ini, menawarkan berbagai elemen gamifikasi yang tidak hanya meningkatkan keterlibatan pemain, tetapi juga mempengaruhi bagaimana pengguna menerima teknologi dan termotivasi untuk terus bermain. Elemen seperti *leaderboard*, *achievement*, hadiah harian, dan *event* yang dirancang untuk memberikan pengalaman yang kompetitif dan memuaskan secara emosional. Melalui pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), penelitian ini ingin menganalisis sejauh mana elemen-elemen gamifikasi dalam *game Mobile Legends* mempengaruhi penerimaan teknologi seperti kenyamanan dalam menggunakan fitur permainan, sistem komunikasi, dan pembaharuan teknologi serta dampaknya terhadap motivasi pengguna dalam jangka panjang. Selain itu, penting untuk meneliti apakah elemen-elemen tersebut memiliki dampak pada kehidupan sehari-hari pemain, seperti menumbuhkan rasa kompetitif, membentuk kebiasaan sosial, seperti kerjasama dalam tim atau kemampuan kepemimpinan, hingga mempengaruhi pengelolaan waktu dan emosi. Oleh karena itu, melalui penelitian ini, akan dikaji bagaimana persepsi pemain terhadap elemen gamifikasi yang ada di dalam permainan, dan apakah elemen tersebut memiliki kaitan atau tercermin dalam kehidupan sehari-hari diluar permainan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna
- b. Sejauh mana elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* meningkatkan motivasi pengguna untuk terus bermain, dan apakah motivasi tersebut mempengaruhi kebiasaan atau perilaku mereka di kehidupan sehari hari
- c. Sejauh mana elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* mempengaruhi kehidupan sehari-hari pengguna diluar permainan

1.3 Pertanyaan Penelitian

- a. Apa saja elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi oleh pengguna
- b. Bagaimana elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* mempengaruhi motivasi pengguna, dan apakah motivasi tersebut memberikan dampak positif ataupun negatif pada kehidupan sehari-hari pengguna?
- c. Apakah elemen gamifikasi dalam *Mobile Legends* berdampak pada perilaku pengguna dalam kehidupan sehari-hari?

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak mencakup hal hal yang diluar ruang lingkup pembahasan yang telah ditentukan, maka peneliti membuat batasan masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends*, seperti *leaderboard*, *achievement*, dan *event*, serta pengaruhnya terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna.
- b. Data penelitian dikumpulkan dari pemain *Mobile Legends* di indonesia yang terdiri dari pelajar, mahasiswa dan pekerja, melalui kuesioner daring dengan skala Likert.
- c. Penelitian ini tidak meneliti *game* lain di luar *Mobile Legends* atau genre selain *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA).
- d. Analisis pengaruh pada kehidupan sehari-hari pengguna hanya mencakup aspek yang terkait dengan perilaku yang dipengaruhi oleh elemen gamifikasi.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisis pengaruh elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* terhadap penerimaan teknologi oleh pengguna.
- b. Menjelaskan sejauh mana elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* dapat meningkatkan motivasi pengguna untuk terus bermain.
- c. Menganalisis pengaruh elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* terhadap kehidupan sehari-hari pengguna.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan berbagai manfaat baik secara teoritis, praktis maupun sosial, dijelaskan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis:

1. Memperkaya literatur tentang gamifikasi dalam konteks *game online*, khususnya *game Mobile Legends*, dengan menggunakan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) untuk menganalisis penerimaan teknologi dan motivasi pengguna
2. Memberikan referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang mempelajari tentang hubungan antara elemen gamifikasi, penerimaan teknologi, dan dampaknya pada perilaku sosial pengguna

b. Manfaat Praktis

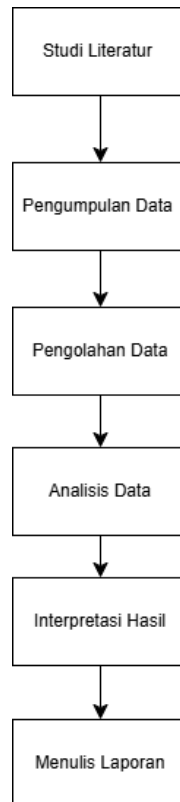
1. Memberikan masukan kepada pengembang *game*, khususnya permainan *Mobile Legends* untuk meningkatkan elemen gamifikasi yang mampu mempertahankan motivasi dan meningkatkan pengalaman pengguna
2. Membantu pemain *game Mobile Legends* memahami pengaruh elemen gamifikasi terhadap motivasi dan kehidupan sosial mereka

c. Manfaat Sosial

1. Memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pengaruh elemen gamifikasi terhadap perilaku dan kehidupan sosial pengguna
2. Sebagai referensi bagi pengembang *game* untuk mengadaptasi elemen gamifikasi dalam membangun interaksi sosial yang positif

1.7 Metodologi Penelitian Secara Umum

Penelitian ini menggunakan metode UTAUT yang ditunjukkan pada Gambar 1.3



Gambar 1.3 Metodologi penelitian secara umum

a. Studi Literatur

Penelitian ini diawali dengan studi literatur yang mencakup jurnal-jurnal ilmiah, buku referensi dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik gamifikasi, penerimaan teknologi, motivasi pengguna, model utaut, dan permainan *Mobile Legends*. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kriteria terkini yaitu 5 tahun terakhir dan relevansi terhadap penelitian. Studi literatur bertujuan untuk menyusun dasar teori dari kuesioner maupun analisis data.

b. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui kuesioner dengan target para pemain *game Mobile Legends*. Survei ini menggunakan skala Likert untuk mengatur persepsi pengguna. Responden yang dipilih adalah pelajar, mahasiswa dan pekerja dengan harapan mendapatkan hasil persepsi yang berbeda setiap kategori

c. Pengolahan Data

Tahap pengolahan data yaitu data yang telah dikumpulkan kemudian diproses untuk menemukan data yang cocok dan sesuai. Yang dilakukan pertama kali ialah pembersihan data untuk memastikan hanya terdapat data yang valid yang dapat

digunakan dalam analisis. Selanjutnya dilakukan uji validitas untuk menentukan variabel yang dapat diukur, dan uji reliabilitas untuk memastikan konsentrasi hasil pengukuran. Data yang telah divalidasi kemudian dianalisis untuk menentukan hubungan antar variabel

d. Interpretasi Hasil

Hasil analisis data kemudian mengaitkan temuan penelitian dengan teori - teori yang telah disusun pada studi literatur. Interpretasi ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah serta pertanyaan penelitian dan pengaruh elemen gamifikasi terhadap penerimaan teknologi serta motivasi pengguna. Hasil tersebut digunakan untuk memberikan rekomendasi yang bermanfaat baik secara akademis maupun praktis

e. Menulis laporan

Tahap terakhir adalah menulis laporan penelitian yang dirancang untuk menyampaikan hasil penelitian secara terstruktur. Laporan ini mencakup bagian pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, hasil penelitian, serta kesimpulan dan saran. Penulisan laporan dilengkapi dengan pedoman akademik serta revisi berdasarkan masukan dari pembimbing dan penguji

1.8 Struktur Laporan

Gambaran umum mengenai struktur keseluruhan dari laporan penelitian ini, menjelaskan isi dari setiap bab berikutnya. Misalnya:

- Bab 1: Latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian secara umum, struktur laporan
- Bab 2: Kajian pustaka yang berisi teori tentang elemen gamifikasi pada *Mobile Legends* serta penerimaan teknologi dan motivasi pengguna, Penelitian Terdahulu, Hipotesis
- Bab 3: Metodologi Penelitian menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian, pengumpulan data serta analisis hasil yang ditemukan
- Bab 4: Hasil penelitian dan pembahasan berisi mengenai hasil penelitian yang dilakukan serta pembahasan mengenai hasil yang ditemukan
- Bab 5: Kesimpulan dan Saran berisi tentang rangkuman keseluruhan penelitian yang dilakukan serta saran yang digunakan untuk memperbaiki penelitian kedepannya

BAB II

Kajian Pustaka

Bab ini menyajikan kajian teoritis yang mendasari penelitian mengenai pengaruh gamifikasi terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna dalam permainan *Mobile Legends* dengan menggunakan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Pembahasan dalam bab ini mencakup konsep-konsep seperti *Mobile Legends*, gamifikasi, penerimaan teknologi, motivasi pengguna, serta teori UTAUT2 sebagai landasan analisis. Selain itu, bab ini membahas tentang penelitian terdahulu yang relevan untuk dianalisis untuk mengidentifikasi kekurangan dan kelebihan pada penelitian, hubungan antar variabel, serta merumuskan kerangka berpikir dan hipotesis penelitian. Kajian ini bertujuan untuk memberikan teoritis yang mendukung metodologi dan analisis pada bab berikutnya

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Mobile Legends*



Gambar 2.1 Tampilan game *Mobile Legends*

Mobile Legends adalah permainan daring bergenre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) yang dikembangkan oleh Shanghai Moonton Technology Co., Ltd, dan dirilis secara global pada 14 Juli 2016. Game ini dirancang untuk perangkat seluler, menawarkan pertarungan 5v5 yang mengutamakan kerja sama tim dan strategi, dengan kontrol sederhana melalui joystick virtual dan tombol skill yang memudahkan pemain baru

sekaligus mendukung strategi mendalam untuk pemain berpengalaman. Tampilan antarmuka awal permainan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.1 menampilkan menu utama yang menjadi pintu masuk bagi pemain untuk mengakses berbagai fitur, mulai dari pemilihan hero, mode permainan, hingga event yang sedang berlangsung. Popularitasnya di Asia Tenggara, khususnya Indonesia, didorong oleh pembaruan rutin, seperti penambahan hero dan fitur dalam game, serta perannya yang besar dalam komunitas esports seperti MPL Indonesia. *Mobile Legends* dipilih sebagai objek penelitian karena aksesibilitasnya yang gratis, popularitas di kalangan pemain Indonesia dari berbagai usia, serta fitur gamifikasi seperti sistem level, peringkat, dan misi harian yang relevan untuk menganalisis penerimaan teknologi dan motivasi pengguna.

a. Fitur dan elemen gamifikasi di *Mobile Legends*

Mobile Legends menggunakan elemen gamifikasi untuk meningkatkan keterlibatan serta motivasi pemain, yang relevan dengan metode UTAUT2 seperti *hedonic motivation*, *habit*, dan *social influence*. Elemen *game* ini meliputi sistem level, peringkat, misi harian atau mingguan, hadiah, skin, papan peringkat, serta fitur tim dan squad, seperti dirangkum pada Tabel 2.1

Tabel 2.1 Elemen gamifikasi pada *game* Mobile Legend

Elemen gamifikasi	Diskripsi Singkat	Konstruk UTAUT2
Sistem Level	Pemain memperoleh EXP untuk naik level, yang akan membuka fitur dalam <i>game</i> seperti battle spell dan emblem	<i>Hedonic Motivation, habit</i>
Sistem Peringkat	Mode ranked memungkinkan pemain naik tingkat dari warrior ke mythical glory dengan bintang kemenangan	<i>Social influence, performance expectancy</i>
Misi harian atau mingguan	Tugas- tugas yang tersedia secara berkala dan dapat diselesaikan dengan memenangkan pertandingan untuk mendapatkan hadiah seperti battle point	<i>Habit, hedonic motivation</i>

Elemen gamifikasi	Diskripsi Singkat	Konstruk UTAUT2
Hadiah dan skin	Hadiah visual seperti skin karakter yang diperoleh dari <i>event</i> maupun misi, memberikan kepuasan estetika bagi pemain	<i>Hedonic motivation</i>
Leaderboard	Menampilkan peringkat pemain berdasarkan performa dalam mode ranked, yang mendorong persaingan antar pemain	<i>Social influence</i>
Tim dan squad	Fitur yang memungkinkan pemain membentuk tim atau bergabung dalam squad untuk bermain bersama	<i>Social influence</i>

Mode permainan seperti classic dan ranked mendukung pengalaman bermain yang bervariasi, dengan ranked mode memperkuat *social influence* melalui kompetisi. *Event*, seperti misi musiman atau kolaborasi, mendorong *habit* dengan hadiah terbatas yang meningkatkan *hedonic motivation*.

b. Fitur teknologi

Mobile Legends menyediakan fitur teknologi yang memastikan pengalaman bermain yang lancar, nyaman dan mudah diakses oleh seluruh pemain. Salah satu fiturnya adalah sistem matchmaking cepat, yang mampu mencocokkan pemain dengan tingkat kemampuan yang seimbang dalam waktu singkat, sehingga mengurangi waktu tunggu dan menjaga keseimbangan pertandingan. Selain itu, *game* ini menyediakan pengaturan grafis yang dapat disesuaikan, mulai dari mode *smooth* hingga *ultra*, serta opsi unduhan minimal yang memungkinkan pengguna dengan perangkat berspesifikasi rendah tetap dapat memainkan *game* secara lancar. Untuk mendukung komunikasi antar pemain, *Mobile Legends* juga menyediakan fitur *voice chat* dan *quick chat* yang mempermudah koordinasi tim selama pertandingan. Di samping itu, pembaruan rutin yang dilakukan oleh pengembang tidak hanya memperbaiki *bug* dan menjaga stabilitas sistem, tetapi juga menghadirkan berbagai fitur baru yang membuat permainan tetap menarik

2.1.2 Gamifikasi

a. Pengertian Gamifikasi

Gamifikasi adalah proses penerapan elemen-elemen permainan ke dalam aktivitas diluar permainan. Menurut Haryani dkk. (2023), tujuan dari gamifikasi adalah untuk

meningkatkan keterlibatan, kesenangan, dan loyalitas pengguna. Elemen-elemen yang sering digunakan dalam gamifikasi meliputi poin, tantangan, level, hadiah, papan peringkat, dan misi yang dapat memotivasi pengguna untuk tetap aktif dan merasa dihargai atas pencapaian mereka. Dalam konteks *game* digital, gamifikasi bukan hanya memperkuat mekanisme permainan, tetapi juga membantu menciptakan pengalaman bermain yang lebih menarik, sehingga pemain lebih terikat dengan permainan tersebut. Marisa dkk. (2020) menyatakan bahwa gamifikasi bukan sekedar metode teknis tetapi juga mencakup cara berpikir, proses, pengalaman, desain, dan pengalaman yang digunakan untuk menyelesaikan masalah di luar permainan, dengan pendekatan seperti dalam *game*. Sementara itu, menurut Mukarromah dan Agustina (2021), gamifikasi adalah pendekatan yang mengadaptasi elemen-elemen permainan seperti tantangan, poin, level, hadiah, dan sistem peringkat ke dalam aktivitas non permainan maupun ke dalam *game* yang sudah ada, untuk meningkatkan partisipasi dan motivasi pengguna

b. Tujuan dan Manfaat Gamifikasi

Gamifikasi merupakan pendekatan yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas suatu sistem dengan menggabungkan elemen-elemen permainan, seperti poin, tantangan, level, dan hadiah, ke dalam aktivitas yang bukan permainan. Tujuan utamanya adalah meningkatkan motivasi, meningkatkan keterlibatan, dan mendorong pengguna untuk menyelesaikan tugas dengan lebih aktif dan menyenangkan. Herawan dkk. (2023) menyatakan bahwa gamifikasi mampu meningkatkan kinerja sistem dengan mendorong partisipasi pengguna secara lebih aktif. Hal ini sejalan dengan pendapat Haryani dkk. (2023) yang menekankan bahwa gamifikasi bertujuan menciptakan keterlibatan, kesenangan, dan loyalitas. Aini dkk. (2021) juga menambahkan bahwa penerapan elemen permainan dalam aktivitas tertentu dapat membuat pengguna lebih fokus dan tidak cepat kehilangan minat. Saat ini, penerapan gamifikasi telah meluas ke berbagai bidang, seperti pendidikan dan layanan digital. Platform belajar seperti Zenius menggunakan pendekatan gamifikasi untuk menjaga semangat belajar siswa, sedangkan aplikasi e-commerce seperti Tokopedia memanfaatkan sistem poin dan elemen interaktif untuk mempertahankan keterlibatan pengguna

Dalam dunia pendidikan, gamifikasi terbukti dapat meningkatkan kualitas proses belajar dan menciptakan pengalaman menarik. Silvani dkk. (2025) menyatakan bahwa tantangan dan sistem penghargaan mampu mendorong siswa lebih semangat dalam mengikuti pembelajaran. Selain itu menurut Missouri dan Nurkhasmir (2024) gamifikasi

mendukung perkembangan keterampilan penting seperti berpikir kritis, kerjasama tim, dan komunikasi. Dalam konteks digital, Syidada (2021) menjelaskan bahwa gamifikasi mendorong interaksi aktif pengguna dengan sistem untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Mahmubi dan Homaidi (2025) menambahkan bahwa lingkungan yang menantang dalam gamifikasi dapat meningkatkan antusiasme dan keterlibatan pengguna. Di dunia *game* digital, seperti *Mobile Legends*, gamifikasi terdapat pada misi harian, sistem level, papan peringkat, dan hadiah yang membuat pemain tetap aktif terlibat. Selain memberikan hiburan, elemen-elemen ini juga mendorong perilaku positif seperti kerja sama, strategi, dan komunikasi dalam tim

c. Elemen Gamifikasi

Dalam penerapannya, gamifikasi mendalkan sejumlah elemen utama yang dirancang untuk membentuk interaksi yang lebih menarik antara pengguna dan sistem. Aditya dkk. (2023) mengidentifikasi delapan elemen dalam gamifikasi, yaitu poin, papan peringkat, lencana, tantangan, level, penanda progres, avatar, dan mata uang virtual. Elemen-elemen ini membangun sistem penghargaan dan struktur yang menumbuhkan keinginan pengguna untuk terus berinteraksi. Missouri dan Nurkhasmir (2024) menekankan bahwa elemen seperti lencana dan misi mampu meningkatkan partisipasi dengan menumbuhkan rasa pencapaian dan persaingan. Syidada (2021) memperjelas bahwa meskipun sistem menggunakan unsur permainan, gamifikasi tetap berbeda dari *game* karena hanya memanfaatkan mekanismenya untuk memperkuat keterlibatan pengguna

Beberapa elemen gamifikasi juga berperan dalam membentuk perilaku dan emosi pengguna secara lebih mendalam. Haryani dkk. (2023) menunjukkan bahwa poin dan tantangan bisa membantu pengguna lebih terarah dalam menyelesaikan aktivitas. Silvani dkk (2025) menyebutkan bahwa atribut seperti koin digital dan pencapaian memperkuat rasa kepemilikan terhadap sistem. Elemen visual seperti *progress bar* dan *feedback* langsung juga mampu menumbuhkan rasa kemajuan secara nyata (Pahlevi dkk., 2024). Di sisi lain, Mahmubi dan Homaidi (2025) melihat bahwa elemen-elemen seperti kuis dan tantangan menjadikan sistem lebih dinamis dan interaktif. Azman dan Bakhtiar (2024) mengingatkan bahwa efektivitas elemen sangat ditentukan oleh kesesuaiannya dengan konteks penggunaan dan tujuan sistem, sehingga desain gamifikasi perlu mempertimbangkan karakteristik pengguna secara tepat

Berdasarkan berbagai penelitian diatas dapat disimpulkan bawah elemen gamifikasi yang umum digunakan antara lain:

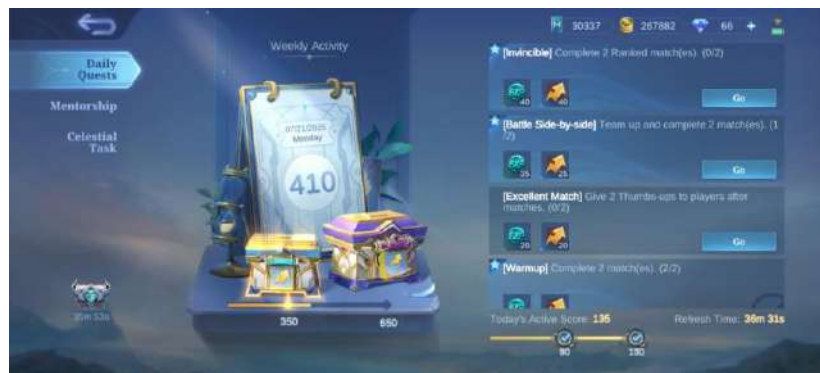
1. Poin dan penghargaan

Poin dan penghargaan merupakan elemen dasar dalam gamifikasi yang berfungsi sebagai bentuk apresiasi terhadap pencapaian pengguna. Dalam *game*, poin biasanya diberikan saat pemain menyelesaikan misi atau tantangan, dan dapat digunakan untuk memperoleh hadiah seperti *item*, *skin*, atau *hero*. Menurut Julianto (2020), poin tidak hanya menjadi penanda keberhasilan, tetapi juga berfungsi sebagai indikator progres yang dapat ditampilkan melalui fitur seperti progress bar. Elemen ini juga terbukti meningkatkan motivasi pemain, sebagaimana disebutkan oleh Praptomo (2020) bahwa pemberian poin atas setiap pencapaian dapat memicu semangat untuk terus bermain. Aini dkk. (2021) menambahkan bahwa poin dan penghargaan menciptakan rasa kepuasan karena pemain merasa dihargai atas usaha mereka, yang pada akhirnya menjadi bentuk motivasi ekstrinsik berupa hadiah atau pengakuan. Selain itu, akumulasi poin mencerminkan peningkatan performa pemain dari waktu ke waktu dan mendorong keterlibatan yang lebih aktif

2. *Leaderboard* atau papan peringkat

Leaderboard atau papan peringkat merupakan elemen penting dalam gamifikasi yang menampilkan posisi pemain berdasarkan akumulasi poin atau pencapaian, serta memungkinkan pengguna membandingkan kinerja mereka dengan pemain lain. Julianto (2020) menjelaskan bahwa *leaderboard* berfungsi sebagai alat ukur kinerja yang menunjukkan sejauh mana progres seseorang dalam permainan. Dalam *game* seperti *Mobile Legends*, *leaderboard* tidak hanya menyajikan peringkat secara numerik, tetapi juga mendorong pemain untuk terus meningkatkan performa mereka. Aditya dkk. (2023) menyebut *leaderboard* sebagai indikator pencapaian yang mencerminkan posisi kompetitif pemain. Selain itu. Menurut Firmansyah dkk (2025), sistem ini menciptakan kompetisi sehat karena mendorong pengguna untuk tampil lebih baik demi memperoleh posisi yang lebih tinggi. Dengan demikian, *leaderboard* mampu meningkatkan keterlibatan pemain sekaligus memperkuat motivasi dan kepuasan melalui persaingan.

3. Tantangan dan misi



Gambar 2.2 Tampilan halaman misi pada *Mobile Legends*

Tantangan merupakan elemen gamifikasi yang dirancang untuk menambah kesenangan serta meningkatkan keterlibatan pemain dalam permainan. Julianto (2020) menyatakan bahwa elemen ini membuat pengalaman bermain lebih menarik karena memotivasi pemain untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam game seperti *Mobile Legends*, tantangan dapat berupa misi harian, mode ranked, event terbatas, atau pencapaian khusus yang mendorong pemain tetap aktif dan kompetitif. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.2, yang menampilkan halaman misi harian sebagai bentuk tantangan yang harus diselesaikan oleh pemain. Aditya dkk. (2023) menambahkan bahwa tantangan juga berfungsi sebagai bentuk pemecahan masalah yang melatih kemampuan berpikir strategis. Melalui tantangan, pemain tidak hanya terdorong untuk partisipasi aktif, tetapi juga membantu pemain mengembangkan keterampilan dan mencapai target secara berkelanjutan.

4. *Progress bar* atau penanda progres

Progress bar atau penanda progres adalah elemen visual dalam gamifikasi yang menunjukkan sejauh mana pemain telah menyelesaikan tugas atau tantangan tertentu. Menurut Julianto (2020), progres bar berfungsi sebagai antarmuka statistik yang membantu pengguna memantau pencapaian mereka dalam berbagai aktivitas. Dalam game seperti *Mobile Legends*, elemen ini dapat ditemukan pada misi harian, event terbatas, dan level pemain. Aditya dkk. (2023) menjelaskan bahwa progress bar memberikan gambaran yang jelas tentang perkembangan pemain, sehingga dapat memotivasi mereka untuk terus bermain hingga mencapai tujuan. Selain itu, menurut Firmansyah dkk. (2025), progress bar juga menjadi indikator visual yang memperkuat rasa pencapaian dan mendorong keterlibatan pemain secara berkelanjutan dalam permainan.

5. Badge atau lencana



Gambar 2.3 Tampilan *badge* dalam game *Mobile Legends*

Badge atau lencana adalah elemen gamifikasi yang berfungsi sebagai simbol visual dan bentuk pengakuan atas pencapaian pemain. Julianto (2020) menyebut bahwa *badge* memberikan identitas yang menunjukkan keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan aktivitas tertentu, biasanya dalam bentuk simbol yang menarik. Araini (2020) menambahkan bahwa *badge* menandai pencapaian bertahap pemain dalam sistem digital. Hal ini terlihat pada Gambar 2.3, yang menampilkan berbagai lencana dalam *Mobile Legends* sebagai bentuk pengakuan atas keterampilan, partisipasi aktif, atau kontribusi pemain dalam permainan.

6. Level

Level merupakan elemen gamifikasi yang berfungsi memberikan tujuan bagi pemain, baik jangka pendek maupun jangka panjang (Julianto, 2020). Dalam game seperti *Mobile Legends*, level mencerminkan sejauh mana keterlibatan dan pencapaian pemain, yang biasanya diperoleh melalui penyelesaian misi, partisipasi dalam pertandingan, dan akumulasi pengalaman. Praptomo (2023) menyebutkan bahwa peningkatan level dapat menumbuhkan rasa puas dan semangat bersaing secara sehat. Araini (2020) juga menekankan bahwa sistem level berfungsi sebagai panduan bertahap yang mendorong pemain untuk terus menyelesaikan tantangan secara progresif. Selain menunjukkan perkembangan, level juga membuka akses ke fitur baru dan meningkatkan status sosial pemain dalam komunitas, sehingga memperkuat efek gamifikasi dalam menjaga keterlibatan mereka

2.1.3 Motivasi pengguna

Motivasi merupakan suatu dorongan yang berperan penting dalam mengarahkan, mempertahankan, dan mengatur perilaku individu terhadap pencapaian tertentu. Secara umum, motivasi dipahami sebagai suatu perubahan energi di dalam pribadi seseorang ditandai dengan munculnya afeksi dan dorongan untuk bertindak dalam rangka mencapai suatu tujuan (Andeka dkk., 2021). Perubahan energi tersebut mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu secara nyata dan terarah, karena adanya tujuan atau hasil yang ingin dicapai (Sianipar dkk., 2023). Motivasi juga dapat diartikan sebagai rangkaian usaha untuk menciptakan kondisi internal yang mendorong individu agar melakukan suatu tindakan, yang jika tidak dilakukan dapat menimbulkan ketidaknyamanan atau dorongan untuk menghindari perasaan negatif (Puthree dkk., 2021). Dalam konteks ini, motivasi dipandang sebagai kekuatan yang bersumber dari dalam maupun luar diri individu yang memengaruhi arah dan intensitas perilaku.

Motivasi terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik berasal dari dalam diri individu, yang muncul karena adanya dorongan pribadi untuk melakukan suatu aktivitas atas dasar kepuasan, rasa senang, atau ketertarikan terhadap aktivitas itu sendiri (Gunawan & Efendi, 2022; Mustikarini dkk., 2023). Hal ini sejalan dengan penjelasan Mahmubi dan Homaidi (2025) yang menyatakan bahwa motivasi seseorang untuk melakukan sesuatu berasal dari dalam dirinya sendiri, bukan dari dorongan eksternal. Sebaliknya, motivasi ekstrinsik merupakan dorongan yang berasal dari lingkungan sekitar individu, seperti keluarga, teman, maupun kondisi sosial di sekitarnya (Fanani dkk., 2024). Dorongan ini muncul sebagai respon terhadap rangsangan eksternal seperti kompetisi, persaingan, penghargaan, atau pengakuan sosial yang memicu seseorang untuk melakukan suatu tindakan (Harahap dkk., 2021). Dalam konteks penggunaan *game Mobile Legends*, motivasi pengguna dapat didorong oleh faktor intrinsik seperti keinginan untuk meningkatkan kemampuan bermain, menyusun strategi, atau meraih kepuasan pribadi dari keberhasilan menyelesaikan misi. Di sisi lain, faktor ekstrinsik seperti kompetisi dalam permainan, keinginan memperoleh skin, naik level, *leaderboard*. Atau mendapatkan pengakuan dari komunitas pemain dapat mendorong pengguna untuk terus terlibat dalam permainan

2.1.4 Penerimaan Teknologi

Penerimaan teknologi merupakan suatu konsep yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu teknologi dapat diterima dan dimanfaatkan oleh masyarakat, baik secara individu maupun kelompok. Menurut Widiarti dan Viana (2020), model ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah suatu inovasi teknologi dianggap layak dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Salah satu pendekatan yang paling dikenal dalam mengukur penerimaan teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), yang dikembangkan untuk mempelajari pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan niat perilaku pengguna terhadap penggunaan suatu sistem (Purwadani & Syamsiah, 2020). Dalam TAM, dua konstruk utama yang mempengaruhi penerimaan adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka, sedangkan kemudahan penggunaan mengarah pada keyakinan bahwa teknologi tersebut tidak sulit untuk digunakan (Bhasarie et al., 2021)

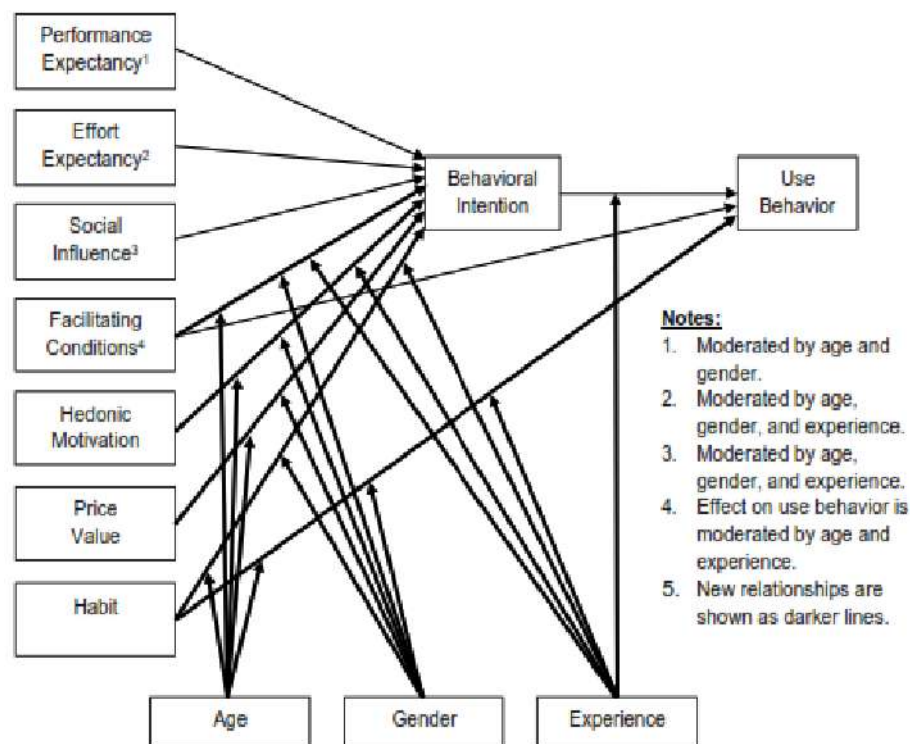
Selain itu, Andayani dan Ono (2020) menekankan bahwa kesiapan penerimaan teknologi juga mencakup kesediaan individu dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung tugas-tugas tertentu. Hal ini berkaitan dengan keinginan dan motivasi pengguna untuk menggunakan teknologi yang dirancang sesuai kebutuhan mereka. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin kompleks dan dinamis, berbagai model lanjutan mulai dikembangkan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas. Salah satu model yang dianggap mampu menjawab keterbatasan TAM adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), yang menggabungkan berbagai teori dan konstruk penting untuk menjelaskan perilaku penggunaan teknologi secara lebih luas dan menyeluruh

2.1.5 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan pendekatan yang dirancang untuk menjelaskan niat individu dalam menggunakan suatu teknologi serta perilaku nyata penggunaan tersebut. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003 dengan mengintegrasikan delapan teori sebelumnya, antar lain *Technology of Acceptance Model*, *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Motivational Model* (MM), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC*

Utilization (MPCU), dan *Social Cognitive Theory* (SCT) (Piarna & Fathurohman, 2020). Dalam implementasinya UTAUT memiliki empat variabel utama yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*, yang dipengaruhi oleh faktor moderasi seperti jenis kelamin, pengalaman, serta tingkat sukarela penggunaan (Usman, 2022)

Seiring waktu, UTAUT mengalami pengembangan menjadi UTAUT 2 yang lebih relevan dalam konteks penggunaan teknologi oleh konsumen secara pribadi. Model ini menambahkan tiga konstruk baru yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*, yang dianggap mampu memberikan pemahaman lebih luas terhadap perilaku penerimaan teknologi dalam lingkungan pribadi atau konsumen (Gansser & Reich, 2021). Lebih lanjut, UTAUT 3 muncul sebagai perluasan lanjutan dari UTAUT yang tidak hanya mempertimbangkan elemen-elemen utama dan tambahan sebelumnya, tetapi juga memasukkan dimensi *personal innovativeness* sebagai faktor penting dalam adopsi teknologi (Hilyah dkk, 2024). UTAUT, beserta pengembangannya menjadi kerangka teoritis yang komprehensif untuk menjelaskan bagaimana persepsi, motivasi, dan faktor pribadi mempengaruhi keputusan individu dalam menerima dan menggunakan teknologi



Gambar 2.4 Model UTAUT 2 (Venkatesh et al., 2012)

Penelitian ini mengadopsi model UTAUT2 sebagaimana ditampilkan pada Gambar 2.4, dengan variabel-variabel yang digunakan dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Performance expectancy*: keyakinan pengguna bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas atau membantu mencapai tujuan yang diinginkan (Ong et al, 2023). Dalam *game Mobile Legends* pengguna dapat meningkatkan keterampilan seperti kerja sama tim, strategi, dan pengambilan keputusan yang cepat
- b. *Effort expectancy*: persepsi pengguna tentang tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi (Ong et al., 2023). Pengguna merasa antarmuka dan kontrol dalam *game Mobile Legends* mudah dipahami dan digunakan, bahkan untuk pemain baru
- c. *Social influence*: pengaruh orang disekitar pengguna yang mendorong mereka untuk menggunakan teknologi (Ong et al., 2023). Hal ini mengacu pada rekomendasi teman, komunitas, dan tren sosial mendorong seseorang untuk mulai dan terus memainkan *game Mobile Legends*
- d. *Facilitating condition*: persepsi pengguna tentang ketersediaan infrastruktur atau sumber daya yang mendukung penggunaan teknologi (Ong et al., 2023). Ketersediaan perangkat yang mendukung, jaringan internet stabil, dan pembaruan sistem mempermudah pemain dalam mengakses dan memainkan *game Mobile Legends*
- e. *Hedonic motivation*: kesenangan atau kenikmatan yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi (Ong et al., 2023). Dalam *game Mobile Legends* mampu memberikan rasa senang melalui permainan kompetitif, grafik menarik, dan pencapaian dalam permainan
- f. *Habit*: kecenderungan pengguna untuk melakukan perilaku secara otomatis karena telah menjadi kebiasaan (Ong et al., 2023). Pengguna yang telah bermain dalam jangka waktu lama cenderung memainkan *Mobile Legends* secara otomatis sebagai bagian dari rutinitas harian.
- g. *Price value*: persepsi pengguna tentang manfaat teknologi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan (Ong et al., 2023). Dalam *game* fitur gratis serta opsi pembelian dianggap sebanding dengan manfaat yang diperoleh.
- h. *Behavioral intention*: niat pengguna dalam menggunakan teknologi (Ong et al., 2023). Hal ini berkaitan dengan niat pengguna untuk terus bermain *Mobile Legends* dipengaruhi oleh pengalaman positif, lingkungan sosial, dan pembaruan sistem

- i. *Use behavior*: perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi (Hilyah dkk., 2024). Hal tersebut mengarah pada pengguna secara aktif memainkan *Mobile Legends* dalam berbagai mode permainan, mengikuti *event*, dan berpartisipasi dalam tim

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat landasan penelitian, pada bagian berikut dipaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2.2

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

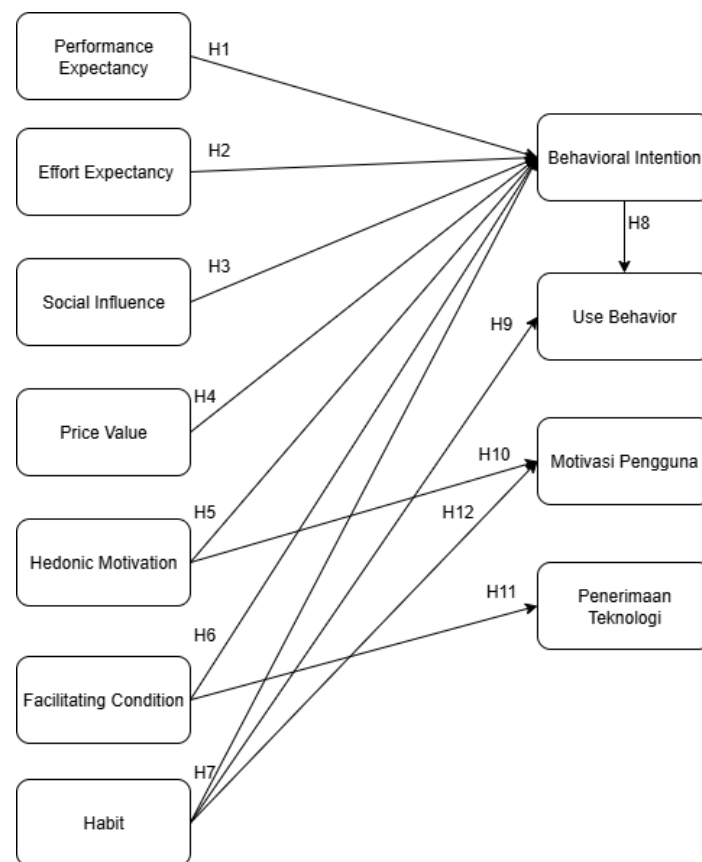
Metode	Judul Penelitian	Variabel	Kelebihan	Kekurangan
TAM	Acceptance analysis of NUADU as e learning platform using Technology Acceptance Model (TAM) approach (Natasia et al., 2022)	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, behavioral intention, facilitating condition, actual use</i>	1. Sederhana karena hanya ada dua konstruk utama yaitu PU dan PEOU 2. Kemudahan penerapan dalam sampel kecil 3. Fleksibilitas untuk dikembangkan 4. Cocok untuk konteks dasar	1. Keterbatasan dalam menjelaskan PEOU 2. Keterbatasan dalam konteks kompleks 3. Keterbatasan dalam menjelaskan variabel sosial dan individu
TAM 2	Revisiting TAM2 in behavioral targeting advertising: A deep learning-based dual-stage SEM-ANN analysis (wang et al.,2022)	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, intention to use, subjective norm, image, job relevance, output quality, result demonstrability,</i>	1. Menambahkan faktor sosial dan kognitif seperti Subjective Norm dan Image 2. Peningkatan kejelasan perceived usefulness 3. Fokus pada pengaruh sosial 4. Kemudahan penerapan dalam penelitian	1. Tam 2 lebih kompleks dari TAM 2. Kurang fokus pada PEOU 3. Kurangnya interaksi antar variabel 4. Keterbatasan dalam konteks individual

Metode	Judul Penelitian	Variabel	Kelebihan	Kekurangan
TAM 3	Using Technology Acceptance Model 3 (Tam 3) At Selected Private Technical High School: Google Drive Storage In E-Learning (Setiyani., 2021)	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, behavioral intention, use behavior, subjective norm, image, job relevance, output quality, result demonstrability, experience, voluntariness, computer self efficacy, perception of external control, computer anxiety, computer playfulness, perceived enjoyment, objective usability</i>	1. fokus pada faktor individu dan infrastruktur 2. Memiliki kejelasan yang lebih tinggi untuk PEOU 3. Fleksibilitas dalam konteks non linear	1. Terlalu kompleks karena memiliki banyak variabel 2. Banyak variabel yang tidak signifikan 3. Beban penelitian yang lebih berat
UTAUT	A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture (Jadil et al., 2021)	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions</i>	1. Sederhana karena hanya terdapat 4 konstruk 2. Dapat diaplikasikan secara luas	1. Konstruk spesifik yang terbatas 2. Fokus yang lebih lemah untuk penggunaan berkelanjutan

Metode	Judul Penelitian	Variabel	Kelebihan	Kekurangan
UTAUT 2	A new acceptance model for artificial intelligence with extensions to UTAUT2: An empirical study in three segments of application (Gansser,2021)	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention, use behavior, Trust in AI, Perceived Risk</i>	1. Dirancang untuk menjelaskan penerimaan teknologi dalam konteks penggunaan individu 2. Penambahan konstruk baru yaitu <i>Hedonic motivation, Price value, dan habit</i> 3. Fleksibilitas untuk konstruk tambahan	1. Kompleksitas model karena ada tujuh konstruk utama 2. Keterbatasan dalam menganalisis faktor eksternal 3. Validitas konstruk dalam konteks beragam dapat mengurangi fleksibilitas model
UTAUT 3	Analisis penerimaan dan penggunaan teknologi UTAUT 3 dalam Layanan Musik Digital (Nurhayati,2025)	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, personal innovativeness, behavioral intention, use behavior</i>	1. Lebih komprehensif karena penambahan variabel baru yaitu <i>personal innovativeness</i> 2. Meningkatkan ketepatan pemodelan perilaku pengguna 3. Lebih kontekstual dan responsif terhadap inovasi teknologi	1. Tidak semua variabel tambahan memberikan dampak signifikan 2. Model menjadi lebih rumit dalam pengujian 3. Keterbatasan generalisasi 4. Belum ada struktur baku

2.3 Kerangka Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) yang telah dikembangkan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Dalam konteks penelitian ini, UTAUT2 digunakan untuk menganalisis sejauh mana variabel seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *Mobile Legends*. Selanjutnya, *behavioral intention* diasumsikan memengaruhi *use behavior* atau perilaku penggunaan nyata. Selain itu, beberapa variabel yang diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap motivasi pengguna dan penerimaan teknologi, Misalnya, *hedonic motivation* dan *habit* diasumsikan berpengaruh terhadap motivasi pengguna sedangkan *facilitating condition* berperan dalam mempengaruhi penerimaan teknologi. Hubungan antar variabel tersebut digambarkan secara visual dalam diagram kerangka berpikir yang ditampilkan pada Gambar 2.5



Gambar 2.5 Kerangka penelitian

2.4 Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Performance expectancy merupakan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka (Venkatesh et al., 2003). Penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2025) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang diperoleh dari suatu teknologi, maka semakin kuat pula keinginan individu untuk menggunakannya. Hal serupa juga ditemukan oleh Juliansyach dan Christiarini (2024) yang membuktikan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan dalam menentukan *Behavioral Intention*. Selain itu, Ong et al. (2023) menegaskan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi teknologi. Dalam konteks *Mobile Legends*, *Performance Expectancy* dapat diwujudkan melalui peningkatan keterampilan bermain, penguasaan strategi, kerjasama tim, maupun kepuasan personal yang diperoleh pengguna. Semakin tinggi harapan terhadap kinerja yang didapatkan dari game ini, maka semakin besar pula intensi pengguna untuk terus menggunakannya. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Effort Expectancy adalah tingkat kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan sistem (Venkatesh et al., 2003). Penelitian oleh Nurhayati (2025) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berdampak signifikan terhadap niat pengguna untuk mengadopsi teknologi, di mana pengguna yang menilai teknologi mudah digunakan cenderung memiliki niat yang lebih tinggi. Juliansyach dan Christiarini (2024) juga menemukan bahwa *effort expectancy* merupakan salah satu penentu kuat dari *Behavioral Intention*. Temuan Ong et al. (2023) memperkuat hal tersebut dengan menyatakan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin tinggi pula minat pengguna untuk menggunakannya. Dalam konteks *Mobile Legends*, *effort expectancy* berkaitan dengan persepsi pengguna mengenai kemudahan dalam memainkan game, mulai dari navigasi yang jelas, fitur yang mudah diakses, hingga sistem permainan yang tidak membingungkan. Apabila pengguna merasa *Mobile Legends* mudah dimainkan dan dipelajari, maka hal ini akan meningkatkan niat mereka untuk terus menggunakannya. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa:

H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Social Influence didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasa bahwa orang lain yang penting percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem (Venkatesh et al., 2003). Penelitian terdahulu menemukan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Piarna & Fathurohman, 2020; Rahma & Wibowo, 2025). Ong et al. (2023) juga menegaskan bahwa konsumen lebih cenderung menerima teknologi baru ketika didukung oleh teman, keluarga, atau kerabat. Dalam konteks *Mobile Legends*, *social influence* dapat diwujudkan melalui dorongan dari teman, keluarga, maupun komunitas untuk ikut serta dalam permainan, baik dalam bentuk ajakan langsung, dukungan, maupun pengaruh lingkungan bermain. Ketika pengguna merasa lingkungannya memberikan pengaruh positif terhadap aktivitas bermain *Mobile Legends*, maka kecenderungan mereka untuk terus menggunakannya akan semakin tinggi. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa

H3: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*

4. Pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*

Price value mencerminkan sejauh mana manfaat yang dirasakan sepadan dengan biaya yang dikeluarkan dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Penelitian menunjukkan bahwa *price value* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, karena semakin besar manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya maka semakin tinggi keinginan untuk mengadopsinya (Risky et al., 2024; Nurhayati, 2025). Hal ini juga didukung oleh Juliansyach dan Christiarini (2024) yang menyatakan bahwa *price value* berperan penting dalam keputusan adopsi teknologi. Dalam konteks *Mobile Legends*, ketika pengguna merasa bahwa pengalaman bermain serta fitur yang ditawarkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, baik berupa waktu maupun uang, maka mereka akan terdorong untuk terus menggunakannya. Nilai harga yang dianggap adil akan memperkuat niat pengguna dalam memainkan game tersebut. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa:

H4: *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

5. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*

Hedonic motivation didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, dan konstruk ini terbukti memengaruhi niat perilaku pengguna (Venkatesh, 2012). Ong et al. (2023) menegaskan bahwa *hedonic motivation* merupakan prediktor penting dalam menentukan niat perilaku konsumen untuk menggunakan teknologi. Hal serupa diungkapkan oleh Eviana dan Saputra (2022) yang menyatakan bahwa pengguna terdorong untuk tetap menggunakan teknologi karena merasa senang dengan fitur yang ditawarkan. Selain itu, Nurhayati (2025) juga menekankan bahwa kenikmatan pengguna secara langsung berpengaruh terhadap keinginan mereka untuk menggunakan teknologi. Dalam konteks *Mobile Legends*, *hedonic motivation* tercermin dari kesenangan yang diperoleh melalui elemen hiburan seperti grafik menarik, tantangan permainan, dan kepuasan emosional. Ketika pengguna merasa terhibur dan memperoleh pengalaman menyenangkan saat bermain, maka motivasi untuk terus menggunakan game akan semakin kuat. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa

H5: *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*

6. Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*

Facilitating condition adalah keyakinan bahwa terdapat sumber daya dan infrastruktur yang mendukung penggunaan teknologi (Venkatesh, 2003). Ong et al. (2023) menjelaskan bahwa semakin baik kondisi yang memfasilitasi, semakin positif sikap konsumen dalam menggunakan gim daring. Hal ini juga didukung oleh temuan Eviana dan Saputra (2022) yang menyatakan bahwa dukungan teknis dan layanan yang tersedia dapat mempermudah adopsi sehingga meningkatkan minat penggunaan. Sejalan dengan itu, Nurhayati (2025) menegaskan bahwa kondisi yang memadai dapat secara signifikan meningkatkan penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi. Dalam konteks *Mobile Legends*, *facilitating condition* mencakup faktor-faktor seperti perangkat yang memadai, jaringan internet yang stabil, serta adanya panduan atau bantuan teknis yang dapat menunjang pengalaman bermain. Ketika pengguna merasa memiliki sumber daya dan dukungan yang cukup, maka kecenderungan untuk terus menggunakan game akan semakin kuat. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa

H6: *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

7. Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*

Habit atau kebiasaan didefinisikan sebagai kecenderungan individu melakukan perilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya (Venkatesh, 2012). Ong et al. (2023) menegaskan bahwa kebiasaan dapat menjadi motivator bagi niat perilaku konsumen dalam bermain game daring. Hal ini juga dibuktikan oleh Piarna dan Fathurohman (2020) yang menemukan bahwa *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Selanjutnya, Yang et al. (2022) menunjukkan bahwa *habit* memiliki hubungan positif dengan *behavioral intention* mahasiswa dalam penggunaan teknologi metaverse. Dalam konteks *Mobile Legends*, apabila seseorang telah menjadikan permainan ini sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari, maka kecenderungan untuk terus menggunakannya akan semakin kuat meskipun tanpa adanya pengaruh eksternal. Semakin terbentuk kebiasaan pengguna dalam bermain, semakin besar pula niat mereka untuk terus memainkan game tersebut. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa *Habit* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

H7: *Habit* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

8. Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

Behavioral intention mencerminkan niat atau keinginan individu untuk menggunakan suatu teknologi secara aktif, yang secara langsung memengaruhi perilaku penggunaan (Venkatesh, 2003). Arief dan Adiputra (2024) menekankan bahwa semakin kuat niat seseorang, semakin besar kemungkinan mereka benar-benar menggunakan teknologi. Piarna dan Fathurohman (2020) juga menemukan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*, sedangkan Nurhayati (2025) menegaskan bahwa niat individu untuk menggunakan teknologi berhubungan langsung dengan perilaku penggunaan aktual. Sejalan dengan itu, Yang et al. (2022) membuktikan bahwa *behavioral intention* berhubungan positif dengan *use behavior* pada mahasiswa pengguna metaverse. Dalam konteks *Mobile Legends*, ketika seseorang memiliki niat yang kuat untuk terus bermain, maka kecenderungan untuk benar-benar menggunakan aplikasi tersebut akan meningkat. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis

H8: *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*

9. Pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior*

Habit dipahami sebagai perilaku otomatis yang terbentuk melalui pembelajaran dan memiliki efek langsung pada penggunaan teknologi (Venkatesh, 2012). Ong et al. (2023) menyatakan bahwa ketika suatu kebiasaan terbentuk, individu cenderung lebih bergantung padanya dibandingkan faktor eksternal. Piarna dan Fathurohman (2020) juga menemukan bahwa *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*, sedangkan Yang et al. (2022) menunjukkan bahwa kebiasaan berhubungan positif dengan perilaku penggunaan teknologi metaverse. Dalam konteks Mobile Legends, ketika seseorang telah membentuk kebiasaan seperti bermain setiap hari atau mengakses aplikasi pada waktu tertentu, maka perilaku aktual dalam menggunakan aplikasi akan muncul secara otomatis tanpa memerlukan dorongan dari luar. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa

H9: *Habit* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*

10. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap Motivasi Pengguna

Hedonic motivation berkaitan dengan dorongan emosional dan kesenangan yang dirasakan saat menggunakan suatu teknologi. *Hedonic motivation* didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, yang berperan penting dalam meningkatkan penerimaan pengguna (Venkatesh, 2012). Ong et al. (2023) menegaskan bahwa motivasi hedonis memainkan peran signifikan dalam memengaruhi penerimaan teknologi, sementara Eviana dan Saputra (2022) menambahkan bahwa pengguna merasa termotivasi untuk terus menggunakan layanan ketika mereka memperoleh kesenangan dari fitur yang ditawarkan. Selanjutnya, Nurhayati (2025) juga menyatakan bahwa *hedonic motivation* secara langsung memengaruhi motivasi pengguna dalam menggunakan teknologi. Dalam konteks Mobile Legends, pengguna yang merasakan kesenangan tinggi saat bermain akan memiliki motivasi lebih kuat untuk terus mengakses dan menggunakan aplikasi, sehingga kesenangan bermain dapat menjadi pendorong utama motivasi pengguna. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa

H10: *Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap Motivasi Pengguna

11. Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Penerimaan Teknologi

Facilitating condition mengarah pada persepsi pengguna tentang ketersediaan sarana dan dukungan untuk menggunakan teknologi dengan optimal. *Facilitating condition* sendiri didefinisikan sebagai keyakinan bahwa infrastruktur dan dukungan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh, 2003). Eviana dan Saputra (2022) menunjukkan bahwa faktor ini berpengaruh terhadap minat penggunaan karena adanya sumber daya yang

memadai, sedangkan Nurhayati (2025) menegaskan bahwa kondisi fasilitas yang baik secara signifikan memengaruhi penerimaan teknologi. Dalam konteks Mobile Legends, ketika pengguna merasa memiliki perangkat yang memadai, akses internet yang baik, serta dukungan teknis yang tersedia, maka kemungkinan mereka menerima dan menggunakan game tersebut akan semakin besar. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa

H11: *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap Penerimaan Teknologi

12. Pengaruh *Habit* terhadap Motivasi Pengguna

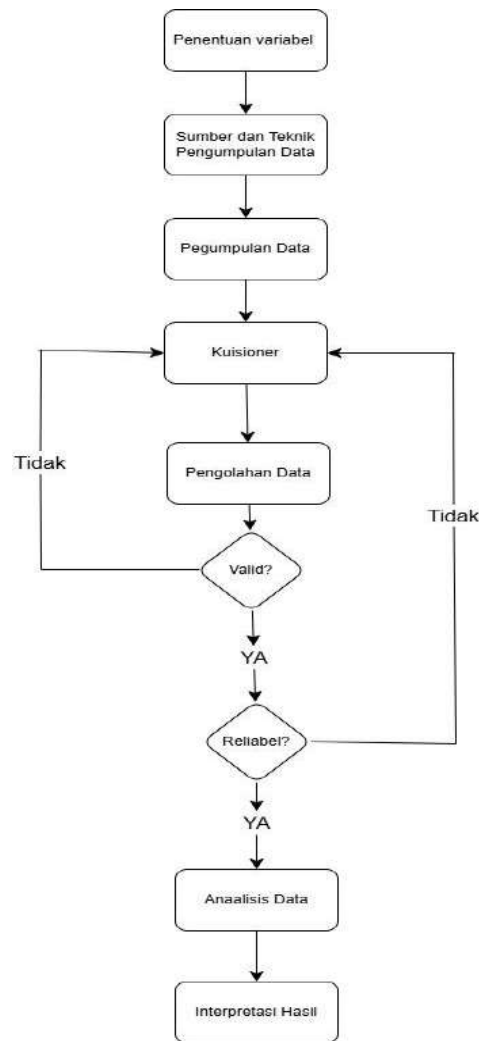
Habit atau kebiasaan yang terbentuk dalam menggunakan teknologi dapat memperkuat motivasi internal pengguna. *Habit* sendiri dipahami sebagai kecenderungan individu melakukan suatu tindakan secara otomatis karena pengalaman sebelumnya (Venkatesh, 2012). Ong et al. (2023) menekankan bahwa kebiasaan dapat bertindak sebagai motivator tambahan dalam perilaku konsumen untuk menggunakan game daring, sedangkan Piarna dan Fathurohman (2020) menunjukkan bahwa *habit* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* yang erat kaitannya dengan motivasi pengguna. Selain itu, Yang et al. (2022) menemukan bahwa kebiasaan memiliki efek positif dalam penggunaan teknologi oleh mahasiswa, yang memperlihatkan adanya peran *habit* sebagai penguat motivasi. Dalam konteks Mobile Legends, ketika bermain sudah menjadi bagian dari rutinitas harian, pengguna akan terdorong secara otomatis untuk terus terlibat dengan game tersebut sehingga motivasi mereka dalam menggunakan aplikasi semakin meningkat. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis bahwa

H12: *Habit* berpengaruh positif terhadap Motivasi Pengguna

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab 3 ini akan dijelaskan secara rinci mengenai metodologi penelitian yang digunakan dalam studi ini. Alur metodologi penelitian secara keseluruhan disajikan dalam Gambar 3.1, yang menggambarkan tahapan-tahapan utama mulai dari penentuan variabel hingga interpretasi hasil. Tahap awal dimulai dengan penentuan variabel penelitian, dilanjutkan dengan identifikasi sumber dan teknik pengumpulan data. Setelah itu, dilakukan proses pengumpulan data menggunakan instrumen berupa kuesioner. Data yang terkumpul kemudian diolah dan diuji melalui dua tahap evaluasi, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Jika data dinyatakan valid dan reliabel, maka proses dilanjutkan ke tahap analisis data. Sebaliknya, jika data tidak valid atau tidak reliabel, maka kuesioner perlu diperbaiki dan proses pengumpulan data harus diulang. Tahap akhir dari metodologi ini adalah interpretasi hasil analisis yang menjadi dasar dalam menarik kesimpulan penelitian. Gambar 3.1 memberikan gambaran alur logis dari setiap langkah metodologis yang dilakukan dalam penelitian ini, yang difokuskan pada pengumpulan dan pengolahan data kuantitatif berbasis kuesioner.



Gambar 3.1 Diagram Alur

3.1 Data dan Metode Memperoleh Data

Pada bagian ini, akan diuraikan secara rinci mengenai data yang digunakan dalam penelitian serta metode perolehannya. Penjabaran mencakup penentuan populasi dan sampel, identifikasi variabel yang digunakan, serta sumber dan teknik pengumpulan data. Tujuan dari pemaparan ini adalah memberikan dasar metodologi yang kuat dalam mendukung analisis pengaruh elemen gamifikasi terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna dalam permainan *Mobile Legends*.

3.1.1 Definisi Variabel

A. Varabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Menurut Sugiyono (2020), variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuensi yang muncul sebagai akibat dari adanya pengaruh variabel bebas. Dengan kata lain, variabel dependen merupakan hasil atau dampak dari perubahan yang ditimbulkan oleh variabel independen. Terdapat empat variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu penerimaan teknologi, motivasi pengguna, *use behavior*, dan *behavioral intention*. Penjelasan mengenai definisi dan indikator dari masing-masing variabel disajikan pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Penerimaan teknologi	Variabel ini Mengukur sejauh mana pengguna menerima dan bersedia menggunakan teknologi yang diimplementasikan dalam <i>Mobile Legends</i> . Hal ini mencakup aspek - aspek seperti kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan dan sikap umum dalam menerima teknologi	a. <i>Effort Expectancy</i> b. <i>Social Influence</i> c. <i>Facilitating Conditions</i> (Pratiwi & Nuryana, 2021)
Motivasi Pengguna	Variabel ini menilai tingkat motivasi pengguna dalam bermain <i>Mobile Legends</i> . Ini mencakup faktor-faktor seperti keinginan untuk mencapai keinginan dalam permainan, dorongan untuk terus bermain, dan kepuasan yang didapatkan dari bermain <i>game Mobile Legends</i> .	a. Untuk mendapatkan penghasilan tambahan b. Keinginan untuk pengakuan dan popularitas c. Mengisi waktu luang (Karisma dkk, 2024)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Behavioral Intention</i>	Variabel ini mengukur niat atau kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan teknologi atau fitur tertentu dalam <i>Mobile Legends</i> . Mencakup aspek seperti niat untuk menggunakan kembali, rekomendasi kepada orang lain dan peluang penggunaan dimasa depan	a. Niat melanjutkan penggunaan dimasa depan b. Rencana untuk menggunakan secara rutin atau sering c. Ketidak bosanan atau kepuasan berkelanjutan dalam penggunaan d. Rekomendasi kepada orang lain (Ong et al., 2023)
<i>Use Behavior</i>	Variabel ini mengukur perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi atau fitur pada <i>Mobile Legends</i> . Mencakup aspek seperti durasi waktu yang dihabiskan untuk bermain, jumlah sesi permainan, dan interaksi dengan berbagai elemen gamifikasi dalam permainan	a. Waktu penggunaan (<i>usage time</i>) b. Frekuensi penggunaan (<i>use frequency</i>) c. Variasi Penggunaan (<i>use variety</i>) (Desvira & Aransyah, 2023)

B. Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan bagian penting yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dan motivasi pengguna dalam bermain *game Mobile Legends* melalui pendekatan konstruk gamifikasi berdasarkan model UTAUT2, Menurut Sugiyono (2020), variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*, atau variabel bebas, yaitu variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab munculnya atau berubahnya variabel dependen. Dengan kata lain, variabel ini berperan sebagai penyebab utama yang menentukan arah dan intensitas perubahan terhadap variabel dependen. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat secara rinci pada Tabel 3.2

Tabel 3.2 Variabel Independen (X)

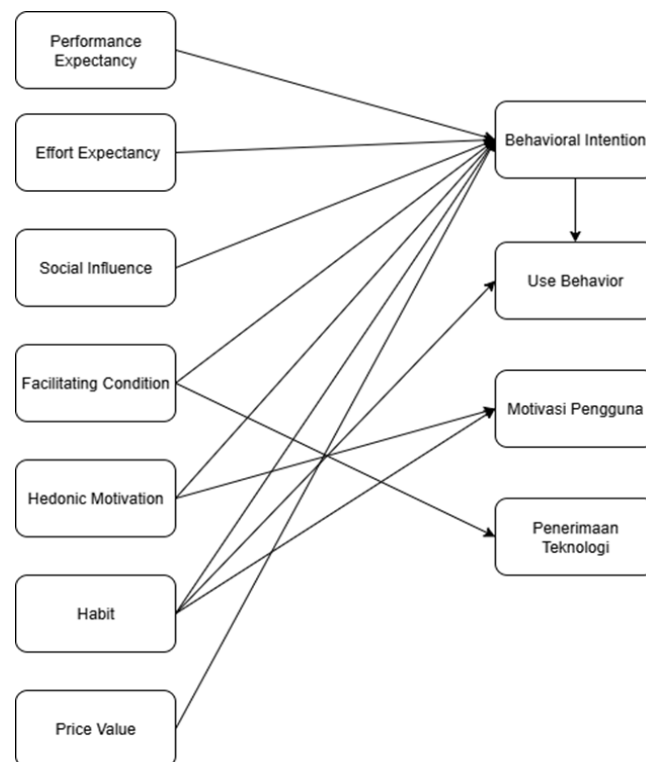
Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Performance expectancy</i>	Merujuk pada harapan pengguna bahwa fitur pada permainan <i>Mobile Legend</i> seperti strategi maupun pembaharuan karakter, dapat meningkatkan performa dalam permainan, seperti menaikan level maupun memenangkan permainan.	a. Meningkatkan produktivitas b. Meningkatkan peluang mencapai hal yang penting c. Membantu menyelesaikan masalah lebih cepat d. Membuat komunikasi atau kerja sama menjadi lebih efektif (Ong et al., 2023)
<i>Effort expectancy</i>	Penilaian mengenai kemudahan dalam menggunakan teknologi dalam permainan misalnya pada antarmuka yang sederhana atau fitur panduan dalam <i>game Mobile Legends</i> yang membantu pengguna memahami dan memainkan <i>game</i> dengan lebih mudah	a. Kenyamanan saat bermain b. Kejelasan dalam memahami cara bermain c. Kecepatan dalam menguasai permainan d. Instruksi permainan yang jelas dan mudah dipahami (Ong et al., 2023)
<i>Social influence</i>	Merupakan pengaruh lingkungan sosial, seperti teman atau komunitas pemain <i>Mobile Legends</i> , yang mendorong individu untuk mencoba dan menggunakan fitur-fitur baru dalam permainan, misalnya pada <i>event</i> tertentu, tantangan atau pembaharuan yang sedang <i>tren</i> dalam komunitas permainan. Pengaruh ini dapat meningkatkan minat pemain untuk terlibat lebih dalam permainan.	a. Ekspektasi dari orang lain b. Pengaruh sosial dari komunitas c. Dukungan sosial untuk interaksi virtual (Lee & Kim, 2022)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Facilitating condition</i>	Dukungan infrastruktur atau fasilitas yang memudahkan pengguna dalam bermain <i>Mobile Legends</i> , seperti koneksi internet yang stabil, perangkat yang memadai maupun dukungan teknis dalam permainan	a. Ketersediaan perangkat yang mendukung b. Kemudahan akses c. Dukungan dari lingkungan d. Antar muka yang mudah dipahami (Lee & Kim, 2022)
<i>Hedonic motivation</i>	Motivasi yang didorong oleh perasaan senang, hiburan, atau kesenangan yang dirasakan pengguna saat menggunakan suatu teknologi atau aplikasi. Dalam konteks <i>game</i> , motivasi ini muncul dari pengalaman bermain yang menyenangkan, seperti tampilan grafis yang menarik, animasi yang memukau, suara yang memikat, serta fitur-fitur hiburan yang ditawarkan oleh permainan.	a. Membuat terhibur b. Bermain itu menyenangkan c. Memberikan kesenangan d. Membuat bersemangat (Ong et al., 2023)
<i>Habit</i>	<i>Habit</i> atau yang sering disebut kebiasaan. Yaitu rutinitas atau kebiasaan pengguna dalam melakukan hal yang sama berulang kali. Kebiasaan pengguna terlihat dari seberapa sering seseorang menggunakan fitur atau elemen gamifikasi pada <i>game Mobile Legends</i> ., seperti sering bermain setiap hari, menyelesaikan misi harian maupun secara aktif mengikuti <i>event</i> yang telah disediakan.	a. Kecenderungan bermain berulang b. Dorongan / motivasi dalam bermain c. Kemudahan akses dan portabilitas (Ong et al., 2023)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Price value</i>	<i>Price value</i> yaitu sejauh mana pemain merasa bahwa uang atau sumber daya yang mereka keluarkan (seperti <i>diamond</i> , <i>battle points</i> , dan waktu) sepadan dengan manfaat, hiburan, ataupun keuntungan dalam permainan yang mereka peroleh. <i>Price Value</i> diukur dari persepsi pemain terhadap keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dan pengalaman atau keuntungan yang didapat, seperti membeli skin, hero, ataupun item di dalam <i>game</i>	a. Kesesuaian antara harga yang dibayar dan manfaat yang diterima b. Persepsi konsumen bahwa layanan atau teknologi tersebut hemat biaya c. Nilai yang diterima sesuai atau bahkan lebih dari biaya yang dikeluarkan Kepuasan konsumen terhadap struktur harga (Fatima et al, 2021)

Dalam penelitian ini, variabel moderasi tidak digunakan karena hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor seperti jenis kelamin, usia, maupun pengalaman tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap hubungan antar variabel dalam model UTAUT. Olivera et al. (2014) menemukan bahwa jenis kelamin dan usia tidak berperan sebagai variabel moderasi, sementara Wiyarti dkk. (2025) juga membuktikan bahwa usia dan pengalaman tidak memengaruhi hubungan antar variabel. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa usia sama sekali tidak berpengaruh, sedangkan jenis kelamin hanya berpengaruh pada performance expectancy dan effort expectancy, serta pengalaman hanya berpengaruh pada effort expectancy (Wiyarti et al., 2025). Selain itu, Hidayat dkk. (2020) menegaskan bahwa penggunaan variabel moderasi justru dapat menurunkan kualitas hasil analisis karena tidak ada hubungan yang penting pada jenis kelamin dan usia. Hal serupa juga diperkuat oleh Saumell et al. (2019) yang menemukan bahwa usia dan jenis kelamin tidak memoderasi pengaruh variabel independen terhadap niat pengguna. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini yang berfokus pada elemen gamifikasi dalam permainan Mobile Legends dan penerimaan teknologi oleh pengguna berusia 16-30 tahun, variabel moderasi dihilangkan untuk menyederhanakan model UTAUT2 dan meningkatkan akurasi analisis hubungan antara elemen gamifikasi, penerimaan teknologi, dan motivasi pengguna.

C. Hubungan Antar Variabel



Gambar 3.2 Hubungan Antar Variabel

Hubungan antar variabel pada Gambar 3.2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel Independen yang terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* diperkirakan memiliki pengaruh langsung terhadap *behavioral Intention*. *Behavioral intention* dalam hal ini menggambarkan niat pengguna untuk menggunakan atau terus bermain *Mobile Legends*. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi pengguna terhadap manfaat, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dukungan fasilitas, kesenangan, nilai harga, dan kebiasaan bermain, maka semakin besar kemungkinan mereka berniat untuk terus menggunakan *game* tersebut. Selanjutnya, *behavioral intention* berperan dalam mempengaruhi *use behavior*, yaitu niat pengguna untuk bermain *Mobile Legends* akan mendorong terjadinya perilaku nyata dalam memainkan *game* tersebut. Disamping itu, terdapat pengaruh dari variabel independen, yaitu *habit* dan *hedonic motivation*, terhadap motivasi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan bermain dan kesenangan yang diperoleh saat bermain dapat secara langsung meningkatkan tingkat motivasi pengguna.

Facilitating condition ditemukan memiliki pengaruh terhadap penerimaan teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan fasilitas seperti koneksi maupun perangkat yang digunakan memiliki peran penting dalam menentukan sejauh mana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Variabel *habit* menunjukkan pengaruh terhadap use behavior, yang menandakan bahwa kebiasaan bermain *Mobile Legends* dapat mendorong terjadinya perilaku pengguna secara nyata.

3.1.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung melalui survei daring kepada responden. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pemain *Mobile Legends* yang berusia 16 hingga 30 tahun keatas, yang terdiri atas pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Responden mencakup individu yang pernah atau sering memainkan permainan *Mobile Legends* maupun yang tergabung dalam komunitas *game Mobile Legends*. Kuesioner disebarkan menggunakan platform Google Form dan disebarluaskan melalui berbagai media sosial, seperti WhatsApp, Twitter, dan Facebook, serta media sosial lainnya yang membantu menjangkau lebih banyak responden sesuai jumlah yang dibutuhkan. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh data yang mempresentasikan pengalaman bermain serta persepsi pengguna terhadap elemen gamifikasi seperti sistem poin, level, *Achievement*, dan *Leaderboard*. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui pengaruhnya terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna, serta dampaknya terhadap aktivitas sehari-hari dengan menggunakan pendekatan UTAUT.

b. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah wilayah yang mencakup objek atau subjek tertentu dengan kualitas serta karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik sebuah kesimpulannya. Sementara itu, dalam jurnal yang ditulis oleh Suriani dkk. (2023) disebutkan bahwa menurut Nanang Martono (2015) populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Suriani dkk. (2023) juga mengutip pendapat V. Wiratna Sujarweni (2014) yang menyatakan populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik Kesimpulan.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari responden melalui survei. Survei ini diberikan kepada pemain *Mobile Legends* yang berada pada rentang usia 16 hingga 30 tahun, mencakup siswa sekolah, mahasiswa, hingga pekerja, serta mereka yang pernah atau sering memainkan permainan *Mobile Legends* maupun merupakan anggota dari komunitas *game* terkait. Rentang usia ini dipilih untuk mendapatkan pandangan yang beragam mengenai bagaimana elemen gamifikasi pada permainan ini memengaruhi motivasi dan penerimaan teknologi pengguna dengan harapan dapat memberikan perspektif yang kaya terhadap pengalaman bermain dan interaksi pengguna dengan elemen gamifikasi seperti sistem poin, level, pencapaian (*achievement*), dan papan peringkat(*leaderboard*) mempengaruhi motivasi serta penerimaan teknologi oleh pengguna.

Mengingat keterbatasan dalam hal waktu, biaya, dan sumber daya, penelitian ini tidak memungkinkan pengambilan data dari seluruh populasi. Oleh karena itu digunakan teknik pengambilan sampel sebagai representasi dari populasi yang dituju. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2020), sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi. Dalam konteks ini, pengambilan sampel dilakukan secara acak terhadap pemain *Mobile Legends* yang berada dalam rentang usia 16 hingga 30 tahun dan tersebar dengan berbagai latar belakang, seperti pelajar, mahasiswa, maupun pekerja.

Berdasarkan data dari situs ActivePlayer.io, jumlah pemain aktif *Mobile Legends* di seluruh dunia mencapai sekitar 50 juta pemain dalam kurun waktu 30 hari terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa permainan *Mobile Legends* sangat populer di seluruh dunia. Namun, dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada pemain *Mobile Legends* yang berada di Indonesia. Karena jumlah pasti pemain *Mobile Legends* di Indonesia tidak diketahui, maka untuk menentukan ukuran sampel yang representatif, peneliti menggunakan rumus Cochran. Adapun rumus tersebut terdapat pada persamaan 3.1.

$$n = \frac{z^2 pq}{p^2} \quad (3.1)$$

$$n = \frac{(1,96)^2 - (0,5) \cdot (0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 - 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$n = 96,04$ dibulatkan ke atas menjadi 100

Keterangan

n = ukuran sampel yang diperlukan

z = skor z yang sesuai dengan tingkat kepercayaan (tingkat kepercayaan 95% = 1,96)

p = estimasi proporsi populasi (0,5)

q = margin of error atau tingkat kesalahan yang dapat diterima (0,1)

3.1.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Menurut Sugiyono (2020) kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner ini terdiri dari beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan pengalaman mereka dalam bermain *game Mobile Legends* dan persepsi mereka terhadap berbagai elemen gamifikasi yang ada di dalamnya. Kuesioner ini disebarluaskan secara daring melalui Google Form dan dibagikan melalui berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter dan WhatsApp. Hal ini bertujuan untuk menjangkau responden dari berbagai kalangan tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Cara tersebut dapat menangkap informasi yang relevan dari berbagai responden

Penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2020), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang terhadap fenomena sosial. Skala ini memberikan beberapa opsi jawaban yang memungkinkan responden untuk menyatakan tingkat persetujuan maupun ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan yang diberikan. Dalam penelitian ini, tanggapan yang diterima dari responden diberi skor dari yang terendah hingga tertinggi dengan skala 1-5 untuk mengukur persepsi mereka terhadap elemen gamifikasi pada *Mobile Legends* dan sejauh mana elemen-elemen tersebut memengaruhi penerimaan teknologi dan motivasi mereka. Jawaban setiap instrumen

kuesioner memiliki bobot nilai yang berbeda seperti yang tercantum dalam Tabel 3.3, untuk memudahkan melakukan analisis data dan interpretasi hasil penelitian secara sistematis

Tabel 3.3 Skala Pengukuran

Skala Pengukuran	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.1.4 Kuesioner

Tabel 3.4 Kuesioner

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Bermain permainan <i>Mobile Legends</i> memotivasi saya untuk menetapkan dan mencapai tujuan pribadi melalui keberhasilan dalam permainan, seperti menaikkan <i>rank</i> atau peringkat	<i>Performance expectancy</i>	Keberhasilan dalam <i>game</i> berbasis tim seperti menaikkan peringkat atau mencapai target tertentu, dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk menetapkan tujuan dan mencapai tujuan pribadi. Pengalaman meraih pencapaian dalam <i>game</i> mendorong rasa percaya diri dan semangat yang kemudian bisa diterapkan dalam diluar permainan, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun pada bidang lain	Ong et al (2023)
Bermain <i>Mobile Legends</i> meningkatkan kemampuan saya untuk bekerja sama secara efektif dengan tim dalam permainan	<i>Performance expectancy</i>	Permainan tim dapat meningkatkan keterampilan kerja sama, dalam konteks <i>game</i> karena pemain dituntut untuk berkomunikasi, berkoordinasi, dan mengambil keputusan demi mencapai tujuan bersama.	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Bermain <i>Mobile Legends</i> membantu saya mengelola waktu luang dengan lebih produktif	<i>Performance expectancy</i>	Permainan mobile seperti <i>Mobile Legends</i> mendorong pengguna untuk berpikir cepat, mengambil keputusan strategis, dan mengelola sumber daya secara efisien, sehingga keterampilan ini dapat diterapkan untuk meningkatkan produktivitas dalam kehidupan nyata	Ong et al (2023)
Saya merasa bahwa bermain <i>game Mobile Legends</i> mengurangi produktivitas saya dalam melakukan aktivitas sehari-hari	<i>Performance expectancy</i>	Bermain <i>game Mobile Legends</i> yang berlebihan dapat mengurangi fokus dan produktivitas. Hal ini terjadi karena permainan bisa membuat kecanduan, sehingga pemain menghabiskan banyak waktu dan perhatian hanya untuk bermain. Akibatnya, konsentrasi dapat terganggu, waktu untuk melakukan hal-hal yang penting berkurang, dan melakukan pekerjaan menjadi tidak efisien	Ong et al (2023)
Bermain <i>Mobile Legends</i> mengurangi kemampuan saya untuk berkomunikasi atau bekerja sama secara efektif dengan orang lain di luar permainan	<i>Performance expectancy</i>	Bermain <i>game</i> secara berlebihan dapat memengaruhi kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan bekerja sama dengan orang lain pada kehidupan sehari-hari. Hal ini terjadi karena waktu dan perhatian yang banyak digunakan untuk berinteraksi di dalam <i>game</i> dapat mengurangi kesempatan untuk berlatih dan mengembangkan keterampilan sosial di kehidupan nyata	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa cepat menguasai keterampilan dalam bermain <i>Mobile Legends</i> , seperti mengendalikan <i>hero</i> dan berkoordinasi dalam tim.	<i>Effort expectancy</i>	Kenyamanan dalam bermain sangatlah penting dalam bermain <i>game online</i> , terutama untuk bermain dalam waktu yang lama. <i>Game</i> dengan desain antar muka yang menarik dan mekanisme kontrol yang mudah digunakan memungkinkan untuk bermain lebih lama tanpa merasa lelah.	Ong et al (2023)
Instruksi dalam <i>game Mobile Legends</i> jelas dan mudah dipahami sehingga membantu saya bermain dengan lebih baik	<i>Effort expectancy</i>	Instruksi yang jelas dalam <i>game Mobile Legends</i> , seperti tutorial dan petunjuk strategi, memudahkan pengguna memahami mekanisme permainan, sehingga meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan dan niat untuk terus bermain	Ong et al (2023)
Saya merasa nyaman dalam memainkan dan mengoperasikan <i>game Mobile Legends</i> karena tidak rumit digunakan	<i>Effort expectancy</i>	Sejauh mana seseorang merasa bahwa sebuah aplikasi atau teknologi mudah digunakan. Dalam permainan <i>Mobile Legends</i> berarti pemain merasa tidak mengalami kesulitan dalam menjalankan atau mengendalikan permainan. Ketika seseorang merasa bahwa <i>game</i> tidak rumit dan nyaman digunakan, maka mereka cenderung lebih menikmati pengalaman bermain dan tertarik untuk terus menggunakannya.	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa sulit untuk menguasai dalam bermain <i>Mobile Legends</i> karena permainannya terlalu rumit	<i>Effort expectancy</i>	Kompleksitas mekanisme permainan seperti strategi tim atau pemilihan hero, dapat menjadi hambatan bagi pemain, terutama jika elemen gamifikasi seperti tutorial tidak disajikan dengan jelas atau rumit. Persepsi bahwa permainan terlalu rumit dapat menurunkan minat dan niat pengguna untuk terus bermain <i>Mobile Legends</i> . Oleh karena itu, desain gamifikasi yang kurang optimal dapat menghambat pemain dalam menguasai permainan dan memengaruhi pengalaman bermain secara keseluruhan	Ong et al (2023)
Saya merasa bingung dengan petunjuk dalam <i>game Mobile Legends</i> karena instruksinya tidak cukup jelas	<i>Effort Expectancy</i>	Instruksi yang tidak jelas dapat meningkatkan kesulitan memahami yang diperlukan pengguna sehingga menghambat persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi. Dalam elemen gamifikasi, panduan yang kurang jelas seperti tutorial atau petunjuk strategi dapat memperburuk pengalaman bermain dan menurunkan keterlibatan serta motivasi pengguna untuk terus bermain, termasuk dalam permainan seperti <i>Mobile Legends</i>	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Teman-teman saya mengharapkan saya untuk bermain <i>game Mobile Legends</i> agar dapat bermain bersama mereka	<i>Social Influence</i>	Persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang sekitarnya seperti teman, memiliki peran penting dalam mendorong penerimaan dan penggunaan suatu teknologi, termasuk <i>game online</i> . Dalam konteks permainan berbasis tim seperti <i>Mobile Legends</i> , pengaruh sosial dari teman menjadi faktor yang signifikan karena pengalaman bermain sangat dipengaruhi oleh interaksi dan kerja sama antar pemain. Harapan sosial ini dapat memotivasi individu untuk ikut bermain untuk memenuhi ekspektasi sosial dan meningkatkan kepuasan dalam bermain melalui pencapaian bersama	Lee & Kim (2022)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Komunitas pemain <i>game Mobile Legends</i> yang saya ikuti mendorong saya untuk terus bermain agar menjadi bagian dari kelompok mereka	<i>Social Influence</i>	Pemain sering merasa terdorong untuk terus bermain <i>game</i> karena pengaruh dari komunitas yang mereka ikuti, seperti teman dalam <i>squad</i> atau grup pemain. Dalam <i>game</i> seperti <i>Mobile Legends</i> , yang mengandalkan kerja sama tim dan interaksi sosial, rasa ingin tetap diterima dan diakui dalam kelompok dapat menjadi motivasi kuat. Selain itu, pemain biasanya menikmati berbagi pengalaman, berkomunikasi, dan merasa bahwa bermain <i>game</i> adalah cara yang menyenangkan untuk bersosialisasi. Dukungan dari komunitas ini dapat meningkatkan kepuasan pengguna terhadap <i>game</i> , terutama karena fitur-fitur sosial seperti <i>squad</i> dan <i>chat</i> yang membantu mempererat hubungan antar pemain	Lee & Kim (2022)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Pemain lain dalam <i>game Mobile Legends</i> mendorong saya untuk menggunakan fitur <i>voice chat</i> atau <i>team play</i> untuk berinteraksi dengan mereka	<i>Social Influence</i>	Pemain sering merasa terdorong oleh teman-teman dalam <i>game</i> untuk menggunakan fitur sosial seperti <i>voice chat</i> dan mode bermain tim. Dukungan ini membuat mereka lebih termotivasi untuk terus bermain dan berinteraksi. Karena <i>Mobile Legends</i> merupakan <i>game</i> yang menekankan kerja sama dan komunikasi antar pemain, penggunaan fitur seperti <i>voice chat</i> dapat meningkatkan kualitas permainan dan rasa keterhubungan antar pemain. Ketika pemain merasa didukung oleh orang lain untuk menggunakan fitur tersebut, mereka cenderung merasa lebih puas dan terlibat.	Lee & Kim (2022)
Pemain lain dalam <i>game Mobile Legends</i> mendorong saya untuk menggunakan fitur <i>voice chat</i> atau <i>team play</i> untuk berinteraksi dengan mereka	<i>Social Influence</i>	Pemain sering merasa terdorong oleh teman-teman dalam <i>game</i> untuk menggunakan fitur sosial seperti <i>voice chat</i> dan mode bermain tim. Dukungan ini membuat mereka lebih termotivasi untuk terus bermain dan berinteraksi. Karena <i>Mobile Legends</i> merupakan <i>game</i> yang menekankan kerja sama dan komunikasi antar pemain, penggunaan fitur seperti <i>voice chat</i> dapat meningkatkan kualitas permainan dan rasa keterhubungan antar pemain. Ketika pemain merasa didukung oleh orang lain untuk menggunakan fitur tersebut, mereka cenderung merasa lebih puas dan terlibat.	Lee & Kim (2022)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Komunitas <i>Mobile Legends</i> yang saya ikuti tidak terlalu memengaruhi keputusan saya untuk bermain <i>game</i> tersebut	<i>Social Influence</i>	Pengguna akan merasa puas dan lebih termotivasi menggunakan suatu platform ketika orang-orang disekitarnya termasuk teman, komunitas, atau orang yang dianggap penting memberikan dukungan atau menunjukkan keterlibatan secara aktif. Komunitas yang aktif dan positif dapat meningkatkan rasa memiliki, keterlibatan emosional, dan keyakinan seseorang terhadap <i>game</i> tersebut. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa komunitas yang diikutinya tidak berpengaruh terhadap keputusannya untuk bermain, maka hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dari komunitas virtual tersebut rendah. Artinya keputusan untuk bermain lebih dipengaruhi oleh faktor pribadi daripada oleh lingkungan sosial di dalam <i>game</i>	Lee & Kim (2022)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya tidak merasa ada dorongan dari orang-orang terdekat untuk bermain <i>Mobile Legends</i>	<i>Social Influence</i>	Seseorang cenderung merasa lebih tertarik dan puas menggunakan suatu platform jika orang disekitarnya juga menunjukkan dukungan atau ketertarikan. Sebaliknya, jika tidak ada dorongan dari lingkungan terdekat, maka keputusan untuk bermain biasanya berasal dari keinginan pribadi, bukan karena pengaruh orang lain. Yang seharusnya dukungan dari orang terdekat bisa menjadi hal penting yang mendorong seseorang untuk terus menggunakan dan terlibat lebih dalam dengan aplikasi	Lee & Kim (2022)
Perangkat seperti smartphone atau komputer yang saya miliki dapat digunakan untuk bermain <i>game Mobile Legends</i> dengan lancar	<i>Facilitating Condition</i>	Perangkat yang digunakan pemain sangat memengaruhi kenyamanan saat bermain <i>Mobile Legends</i> . Jika smartphone atau komputer memiliki spesifikasi yang cukup baik dan koneksi internet yang stabil, maka <i>game</i> bisa berjalan dengan lancar tanpa gangguan. Hal ini penting terutama saat menggunakan fitur-fitur seperti grafik permainan, mode kompetitif, dan berbagai elemen gamifikasi lainnya. Ketika <i>game</i> bisa dijalankan dengan lancar, pengguna akan merasa lebih puas. Sebaliknya jika perangkat tidak mendukung, pengalaman bermain bisa terganggu dan minat untuk terus memainkan <i>game</i> tersebut berkurang	Lee & Kim (2022)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya dapat dengan mudah mengakses dan memainkan <i>game Mobile Legends</i> kapan saja dan dimana saja melalui perangkat yang saya miliki	<i>Facilitating Condition</i>	Kemudahan akses <i>game</i> seperti <i>Mobile Legends</i> kapan saja dan dimana saja merupakan bagian penting dari kenyamanan pengguna dalam menggunakan teknologi. Ketika <i>game</i> bisa dimainkan secara fleksibel melalui perangkat pribadi seperti <i>smartphone</i> , pengguna merasa lebih bebas dan tidak terbatas oleh waktu atau tempat. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi	Lee & Kim (2022)
Desain antarmuka pada <i>game Mobile Legends</i> membantu saya berinteraksi dengan menu permainan tanpa kesulitan	<i>Facilitating Condition</i>	Desain tampilan yang jelas dan mudah digunakan sangat penting agar pemain bisa menggunakan fitur-fitur dalam <i>game</i> tanpa merasa bingung. Jika menu disusun dengan rapi dan tombol yang mudah dimengerti, pemain akan merasa lebih nyaman saat berinteraksi dengan <i>game</i> . Hal ini juga membantu mereka memahami fitur gamifikasi seperti papan peringkat, hadiah, dan pengaturan lainnya. Saat informasi dan tampilan mudah dipahami, pemain bisa menggunakan aplikasi dengan lancar tanpa merasa kesulitan	Lee & Kim (2022)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Lingkungan tempat saya tempat saya tinggal tidak mendukung saya untuk bermain <i>Mobile Legends</i> dengan lancar, seperti sinyal internet yang tidak stabil	<i>Facilitating Conditions</i>	Kondisi lingkungan sekitar, seperti sinyal internet yang lemah atau jaringan yang tidak stabil, bisa sangat memengaruhi kenyamanan seseorang dalam bermain <i>game Mobile Legends</i> . lingkungan yang mendukung, seperti adanya koneksi internet yang baik, akan membantu pengguna memainkan <i>game</i> dengan lancar. Jika <i>game</i> bisa dimainkan tanpa gangguan, pengguna akan merasa lebih puas. Sebaliknya, jika di tempat tinggal pengguna sulit mendapatkan sinyal atau koneksi internet sering bermasalah, maka pengalaman bermain bisa terganggu, dan keinginan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut bisa menurun	Lee & Kim (2022)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa tampilan dan fitur dalam <i>Mobile Legends</i> cukup membingungkan untuk digunakan	<i>Facilitating Conditions</i>	Tampilan dan fitur yang mudah dipahami sangat penting agar pengguna merasa nyaman saat menggunakan aplikasi. Jika tampilan terlalu rumit atau fitur yang sulit dipahami, pengguna bisa merasa bingung dan akhirnya enggan untuk melanjutkan penggunaan. Pengguna akan lebih puas dan termotivasi menggunakan platform jika informasi dan tampilan pada aplikasi mudah dimengerti dan digunakan. Sebaliknya, jika antarmuka tidak jelas atau membingungkan, hal itu bisa menjadi hambatan dalam menggunakan teknologi secara efektif dan dapat mengurangi minat pengguna untuk terus bermain	Lee & Kim (2022)
Saya bermain <i>Mobile Legends</i> karena memberikan pengalaman yang menyenangkan	<i>Hedonic Motivation</i>	Motivasi karena kesenangan menjadi salah satu alasan penting yang membuat orang ingin terus bermain <i>Mobile Legends</i> . Selain itu, pengalaman bermain yang menyenangkan juga membuat pemain merasa puas secara emosional. Hal inilah yang mendorong mereka untuk terus kembali bermain <i>game</i>	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya sering merasa terhibur dengan tampilan visual dan efek dalam <i>game Mobile Legends</i>	<i>Hedonic Motivation</i>	Tampilan visual dan efek dalam <i>game Mobile Legends</i> memberikan hiburan bagi pemainnya karena mampu menciptakan pengalaman bermain yang menyenangkan dan memikat secara emosional. Efek visual yang menarik, animasi yang dinamis, serta suara dan desain grafis yang memanjakan mata hal tersebut berkontribusi dalam memberikan rasa senang kepada pemain	Ong et al (2023)
Saya merasa lebih bersemangat setelah bermain <i>Mobile Legends</i>	<i>Hedonic Motivation</i>	Bermain <i>Mobile Legends</i> dapat memberikan rasa senang dan kepuasan bagi pemainnya. Rasa senang ini muncul karena pemain merasa terhibur dan menikmati waktu bermain, sehingga dapat meningkatkan suasana hati dan semangat. <i>Game</i> ini dirancang dengan tampilan menarik, tantangan yang seru, serta interaksi sosial yang menyenangkan, yang dapat memicu emosi positif. Sehingga setelah bermain <i>Mobile Legends</i> seseorang merasa lebih bersemangat karena <i>game</i> ini mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan dan membuat pikiran menjadi lebih rileks	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa bermain <i>Mobile Legends</i> tidak memberikan hiburan atau kesenangan bagi saya	<i>Hedonic Motivation</i>	Bermain <i>Mobile Legends</i> dapat memberikan hiburan dan rasa senang bagi pemain. Permainan ini dirancang dengan tampilan yang menarik, tantangan yang seru, dan fitur interaksi sosial yang menyenangkan, sehingga mampu menimbulkan emosi positif yang membuat pemain merasa lebih semangat dan rileks setelah bermain. Jika pemain tidak merasakan hiburan atau kesenangan, mereka cenderung kehilangan minat. Kurangnya kesenangan juga dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kenyamanan dan daya tarik permainan	Ong et al (2023)
Setelah bermain <i>Mobile Legends</i> , saya tidak merasa ada perubahan suasana hati atau perasaan saya	<i>Hedonic Motivation</i>	Ketika permainan berhasil menciptakan hiburan dan pengalaman yang menyenangkan, hal ini dapat meningkatkan suasana hati dan membuat pemain merasa lebih baik secara emosional. Sebaliknya, jika pemain tidak ada perubahan perasaan seperti tetap merasa bosan, stres, atau biasa saja maka kemungkinan besar pengguna tidak akan tertarik untuk memainkan <i>game</i> tersebut. Kurangnya perubahan positif dalam perasaan atau suasana hati setelah bermain menunjukkan bahwa <i>game</i> tidak memenuhi harapan pengguna sebagai sarana hiburan.	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa bermain <i>Mobile Legends</i> secara rutin membantu saya belajar mengatur waktu bermain dengan lebih disiplin	<i>Habit</i>	Kebiasaan bermain <i>Mobile Legends</i> secara rutin dapat membentuk pola perilaku yang teratur, termasuk kemampuan mengatur waktu bermain secara disiplin. Konsistensi dalam penggunaan teknologi ini berpotensi mendukung pengembangan keterampilan manajemen waktu yang lebih baik serta membantu membangun rutinitas harian yang terstruktur.	Ong et al (2023)
Saya termotivasi untuk bermain <i>Mobile Legends</i> setiap hari karena elemen gamifikasi seperti misi harian, yang membantu meningkatkan kemampuan bermain saya	<i>Habit</i>	Dorongan untuk bermain yang muncul akibat adanya misi harian mencerminkan pembentukan kebiasaan yang diperkuat oleh motivasi pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan bermain memiliki keterkaitan dengan kepuasan dan fitur-fitur yang ditawarkan dalam permainan	Ong et al (2023)
Saya sering bermain <i>Mobile Legends</i> karena bisa diakses dengan mudah di ponsel kapan saja dan dimana saja, sehingga membantu saya memanfaatkan waktu luang dengan lebih baik	<i>Habit</i>	Kemudahan akses menjadi salah satu faktor yang membentuk kebiasaan bermain, karena memungkinkan pengguna untuk memasukkan permainan ke dalam aktivitas harian mereka. Kebiasaan bermain dapat dipengaruhi oleh seberapa mudah permainan itu tersedia	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa sulit untuk menghentikan kebiasaan bermain <i>Mobile Legends</i> meskipun saya ingin mengurangi waktu bermain	<i>Habit</i>	Kebiasaan bermain yang berulang dapat menyebabkan ketergantungan atau kesulitan mengontrol waktu bermain yang dapat berdampak negatif pada produktivitas atau keseimbangan hidup. Kebiasaan penggunaan teknologi mobile dapat memengaruhi memori, perhatian, dan kontrol	Ong et al (2023)
Saya merasa cemas tidak bermain <i>Mobile Legends</i> karena takut tertinggal update atau <i>event</i> dalam <i>game</i>	<i>Habit</i>	Dorongan untuk terus bermain dapat dipicu oleh elemen gamifikasi seperti pembaruan <i>game</i> atau <i>event</i> waktu terbatas, yang akhirnya dapat menyebabkan perasaan cemas apabila pemain melewatkannya. Kebiasaan bermain <i>game online</i> dapat berkembang menjadi kecanduan, yang kemudian memengaruhi niat dan perilaku individu dalam menggunakan <i>game</i> secara berkelanjutan	Ong et al (2023)
Harga yang saya bayar untuk pembelian dalam <i>game Mobile Legends</i> sesuai dengan manfaat yang saya terima, seperti peningkatan pengalaman bermain atau peningkatan status dalam permainan	<i>Price value</i>	Item digunakan untuk mengukur persepsi kesesuaian antara biaya pembelian misalnya diamond atau skin dan manfaat yang dirasakan seperti pengalaman bermain ataupun status sosial, sesuai <i>price value</i> yang menekankan keseimbangan antara biaya dan manfaat yang didapatkan	Fatima et al., (2021)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Menurut saya pengeluaran untuk membeli barang di dalam <i>game</i> seperti <i>skin</i> , <i>item</i> ataupun <i>diamond</i> dalam <i>game</i> ini masih tergolong murah	<i>Price value</i>	Persepsi konsumen nilai suatu produk atau layanan akan dianggap lebih tinggi jika manfaat yang mereka terima dirasakan sebanding, atau bahkan lebih besar, dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan. Dengan kata lain, ketika konsumen merasa bahwa pengeluaran mereka relatif kecil dibandingkan keuntungan atau kepuasan yang didapat, maka mereka akan menganggap produk atau layanan tersebut memiliki nilai (<i>value</i>) yang baik	Fatima et al., (2021)
Saya merasa nyaman dengan sistem harga, <i>top up</i> dan promo yang ditawarkan pada <i>game Mobile Legends</i> mudah dipahami dan tidak membingungkan	<i>Price value</i>	Struktur harga yang transparan, fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan pengguna akan meningkatkan persepsi nilai. Jika pemain merasa nyaman dan tidak kebingungan dengan mekanisme harga, maka tingkat kepuasan dan loyalitasnya terhadap <i>game</i> akan lebih tinggi	Fatima et al., (2021)
Saya merasa item premium atau hadiah dari <i>event</i> seperti <i>skin</i> , <i>emoticon</i> , atau <i>item</i> lainnya tidak sebanding dengan jumlah <i>diamond</i> atau uang yang saya keluarkan	<i>Price value</i>	<i>Price value</i> merupakan evaluasi pengguna terhadap kesesuaian antara pengorbanan finansial dengan manfaat atau keuntungan yang diperoleh. Apabila pengguna merasa bahwa hadiah dari fitur berbayar, seperti <i>skin</i> , <i>emoticon</i> , atau <i>item</i> lainnya, tidak sebanding dengan jumlah <i>diamond</i> atau uang yang dikeluarkan, maka persepsi <i>price value</i> akan cenderung rendah.	Fatima et al., (2021)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Menurut saya terlalu banyak fitur pada <i>game Mobile Legends</i> yang mengharuskan pembayaran dengan harga yang tidak layak seperti terlalu mahal	<i>Price value</i>	Ketika pengguna merasa bahwa biaya yang dikenakan untuk sesuai dengan manfaat yang diberikan. Konsumen cenderung menganggap layanan tersebut tidak bernilai ketika fitur berbayar terlalu mahal atau berlebihan secara harga, semakin besar pengorbanan dibandingkan manfaat maka semakin rendah pula persepsi nilai terhadap suatu produk atau layanan	Fatima et al., (2021)
Saya merasa bahwa bermain <i>Mobile Legends</i> memberikan tantangan positif yang mendorong saya untuk terus meningkatkan kemampuan saya	Penerimaan teknologi	Persepsi bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dalam mencapai tujuan pribadi. Dalam permainan <i>Mobile Legends</i> , tantangan dalam permainan seperti menaikkan peringkat atau menyusun strategi memberikan pengalaman yang dianggap bermanfaat oleh pemain karena mampu meningkatkan kemampuan berpikir dan keterampilan bermain	Pratiwi & Nuryana (2021)
Saya merasa bahwa bermain <i>Mobile Legends</i> memberikan tantangan positif yang mendorong saya untuk terus meningkatkan kemampuan saya	Penerimaan teknologi	Persepsi bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dalam mencapai tujuan pribadi. Dalam permainan <i>Mobile Legends</i> , tantangan dalam permainan seperti menaikkan peringkat atau menyusun strategi memberikan pengalaman yang dianggap bermanfaat oleh pemain karena mampu meningkatkan kemampuan berpikir dan keterampilan bermain	Pratiwi & Nuryana (2021)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa hubungan saya dengan Teman-teman lebih dekat karena bermain <i>Mobile Legends</i> bersama	Penerimaan teknologi	Ketika seseorang merasa didukung atau dipengaruhi oleh teman-temannya dalam menggunakan suatu teknologi atau aplikasi, maka hubungan sosial bisa terbentuk dan diperkuat. Aktivitas bermain <i>game</i> secara bersama-sama merupakan salah satu bentuk interaksi sosial yang bisa memperkuat ikatan antar individu	Pratiwi & Nuryana (2021)
Saya merasa terbantu meningkatkan kemampuan bermain <i>Mobile Legends</i> melalui sumber <i>online</i> seperti Youtube, Instagram, TikTok, atau grup diskusi	Penerimaan teknologi	Sumber <i>online</i> seperti Youtube, TikTok, Instagram, grup diskusi bisa dianggap sebagai fasilitas pendukung yang menyediakan informasi, tutorial, dan strategi untuk bermain lebih baik.	Pratiwi & Nuryana (2021)
Saya merasa tidak mengalami peningkatan kemampuan pribadi seperti kerjasama, strategi, atau pengambilan keputusan saat bermain <i>Mobile Legends</i>	Penerimaan teknologi	Jika seseorang merasa bahwa bermain <i>Mobile Legends</i> tidak membuat mereka lebih baik dalam hal kerjasama, strategi, atau pengambilan keputusan, maka hal ini menunjukkan rendahnya harapan terhadap manfaat dari bermain <i>game</i> tersebut. Dengan tidak merasakan peningkatan kemampuan pribadi, mereka kemungkinan juga tidak memiliki motivasi yang kuat untuk terus bermain <i>Mobile Legends</i> sebagai sarana pengembangan diri	Pratiwi & Nuryana (2021)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya tidak merasa perlu untuk ikut bermain <i>Mobile Legends</i> meskipun banyak orang lain yang memainkannya	Penerimaan teknologi	Jika seseorang tidak merasa perlu ikut bermain <i>Mobile Legends</i> meskipun banyak teman atau orang lain memainkannya, maka hal tersebut menunjukkan rendahnya pengaruh sosial dalam mendorong mereka untuk bermain. Yang berarti keputusan mereka tidak dipengaruhi oleh pendapat orang lain atau tren, dan cenderung bermain atau tidak bermain berdasarkan penilaian pribadi, bukan karena tekanan lingkungan	Pratiwi & Nuryana (2021)
Bermain <i>Mobile Legends</i> memungkinkan saya memperoleh pendapatan tambahan untuk kehidupan sehari-hari	Motivasi Pengguna	Hal tersebut menunjukkan banyak pengguna memanfaatkan <i>game Mobile Legends</i> tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sumber penghasilan tambahan. Mereka mendapatkan uang dengan cara menjual akun, menjadi penjoki, mengikuti turnamen, dan membuat konten atau siaran langsung. Aktivitas ini membantu mereka mencukupi kebutuhan sehari-hari, seperti uang jajan atau membantu keuangan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa <i>Mobile Legends</i> dapat menjadi peluang ekonomi	Karisma dkk (2024)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya termotivasi bermain <i>game Mobile Legends</i> karena ingin diakui sebagai pemain yang berprestasi di antara teman atau komunitas	Motivasi Pengguna	Bagi sebagian pemain prestasi dalam <i>game</i> , seperti memiliki peringkat tinggi atau memenangkan turnamen, menjadi sumber kebahagiaan yang mendorong mereka untuk terus meningkatkan kemampuan bermain. Dengan demikian keinginan untuk diakui sebagai pemain yang berprestasi merupakan motivasi yang kuat dalam bermain <i>Mobile Legends</i>	Karisma dkk (2024)
Saya memilih <i>game Mobile Legends</i> untuk mengisi waktu luang karena menawarkan pengalaman bermain yang menyenangkan	Motivasi Pengguna	<i>Game Mobile Legends</i> menjadi pilihan hiburan yang menarik bagi banyak orang, karena menawarkan pengalaman bermain yang seru dan tidak membosankan. Tantangan yang kompetitif, seperti sistem peringkat dan turnamen, mendorong pemain untuk terus meningkatkan kemampuan mereka. Selain itu, adanya interaksi sosial antar pemain baik dalam bentuk kerja sama tim maupun komunikasi langsung membuat permainan terasa lebih hidup dan menyenangkan. Tidak hanya sekedar bermain, pemain juga dapat membangun relasi dan komunitas, sehingga <i>Mobile Legends</i> menjadi cara yang efektif untuk mengisi waktu luang sambil tetap merasa terhibur, tertantang, dan terhubung dengan orang lain	Karisma dkk (2024)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya tidak memainkan <i>game Mobile Legends</i> dengan tujuan untuk mendapatkan pendapatan tambahan dalam kehidupan sehari-hari	Motivasi Pengguna	Beberapa pemain menyatakan bahwa mereka bermain <i>game Mobile Legends</i> semata-mata untuk hiburan atau sebagai cara melepas penat setelah bekerja atau belajar, tanpa menjadikannya sebagai sumber penghasilan. Meskipun <i>game</i> ini memiliki potensi untuk menghasilkan uang, tidak semua pemain tertarik memanfaatkannya dari sisi ekonomi. Alasan seperti kesibukan, fokus pada pendidikan, atau kurangnya minat terhadap aspek bisnis dari permainan membuat sebagian pemain lebih memilih untuk menikmati bermain <i>game Mobile Legends</i> sebagai aktivitas santai, bukan sebagai sarana mencari pendapatan	Karisma dkk (2024)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Menjadi bagian dari komunitas <i>Mobile Legends</i> tidak membuat saya merasa lebih dihargai sebagai pemain	Motivasi Pengguna	Tidak semua pemain merasa mendapatkan manfaat emosional atau sosial saat bergabung dalam komunitas <i>Mobile Legends</i> . Meskipun banyak pemain yang bermain untuk mencari pengakuan dan ingin diakui di antara teman atau komunitas, ada juga yang merasa tidak dihargai meskipun sudah aktif bermain. Hal ini bisa terjadi karena persaingan yang sangat ketat, tidak adanya prestasi yang menonjol, atau lingkungan komunitas yang kurang ramah dan mendukung. Akibatnya sebagian pemain merasa biasa saja dan tidak dianggap, meskipun mereka sudah menjadi bagian dari komunitas tersebut	Karisma dkk (2024)
Saya berniat untuk terus memainkan <i>game Mobile Legends</i> di masa mendatang	<i>Behavioral Intention</i>	Ketika permainan dirasakan menyenangkan, memberikan manfaat, mendapat dukungan sosial oleh orang-orang sekitar, serta dapat diakses dengan mudah melalui perangkat seluler dan koneksi internet yang memadai, maka pengguna akan cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk terus bermain secara berkelanjutan. Oleh karena itu, intensi untuk terus memainkan <i>game Mobile Legends</i> merupakan bentuk respons terhadap pengalaman positif yang konsisten baik dari sisi interaksi dengan sistem permainan pengaruh sosial yang mendukung	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya akan merekomendasikan permainan <i>Mobile Legends</i> kepada orang lain	<i>Behavioral Intention</i>	Dukungan sosial merupakan salah satu faktor yang mendorong pengguna untuk merekomendasikan permainan kepada orang lain. Dalam konteks permainan <i>Mobile Legends</i> . Aktivitas bermain dalam tim mendorong terciptanya interaksi sosial yang erat antar pengguna. Hal ini tidak hanya meningkatkan rasa kebersamaan, tetapi juga memperkuat keinginan untuk mengajak orang lain bergabung. Selain itu, ketika pengguna merasa bahwa permainan ini menyenangkan dan memberikan pengalaman positif, mereka akan lebih antusias membagikan pengalaman tersebut kepada orang disekitarnya	Ong et al (2023)
Saya cenderung meluangkan waktu secara teratur untuk memainkan <i>game Mobile Legends</i>	<i>Behavioral Intention</i>	Kebiasaan bermain <i>game</i> mendorong seseorang untuk secara konsisten meluangkan waktu, sehingga terbentuk pola penggunaan yang rutin dan terus menerus. Kebiasaan menjadi salah satu faktor paling kuat yang memengaruhi niat pengguna untuk tetap menggunakan suatu aplikasi atau platform, termasuk <i>game</i> . Pengguna yang sudah terbiasa bermain cenderung mempertahankan kebiasaan tersebut dalam jangka panjang. Selain Itu, pengalaman pemain ingin terus bermain	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa pengalaman bermain <i>Mobile Legends</i> menjadi semakin membosankan	<i>Behavioral Intention</i>	Salah satu faktor penting yang memengaruhi niat seseorang untuk terus bermain adalah dorongan yang berasal dari kesenangan, hiburan, atau rasa gembira yang diperoleh selama bermain. Ketika unsur tersebut mulai menurun, maka motivasi pemain untuk melanjutkan permainan juga cenderung melemah. Penurunan motivasi ini dapat menyebabkan munculnya rasa bosan serta berkurangnya niat untuk terus bermain	Ong et al (2023)
Saya mulai merasa kurang tertarik untuk terus memainkan <i>game Mobile Legends</i> dalam jangka panjang	<i>Behavioral Intention</i>	Ketika kesenangan saat bermain berkurang, kebiasaan bermain mulai hilang, atau dorongan sosial dari lingkungan sekitar menurun, maka keinginan untuk terus memainkan <i>game Mobile Legends</i> juga akan menurun. Dengan kata lain, rasa kurang tertarik untuk terus bermain dalam jangka panjang bisa terjadi karena berkurangnya motivasi dari diri sendiri dan juga dukungan orang-orang sekitar yang sebelumnya mendorong pemain untuk terus terlibat dalam permainan	Ong et al (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya menghabiskan waktu lebih dari satu jam setiap kali bermain <i>game Mobile Legends</i>	<i>Use Behavior</i>	Durasi waktu yang dihabiskan untuk bermain <i>game</i> dapat mencerminkan tingkat keterlibatan pengguna. Semakin lama seseorang bermain, terutama untuk menyelesaikan misi atau mencapai target tertentu, maka semakin tinggi pula indikasi bahwa pengguna merasa terlibat dan termotivasi. Dalam konteks penggunaan teknologi, sistem cenderung diadopsi jika pengguna merasa bahwa sistem tersebut mendukung pencapaian tujuan mereka. Oleh karena itu, mengukur lamanya waktu bermain dapat membantu mengevaluasi sejauh mana pengguna aktif menggunakan dan terhubung dengan sistem	Desvira & Aransyah (2023)
Saya sering berpartisipasi dalam <i>event</i> atau misi harian di <i>game Mobile Legends</i>	<i>Use Behavior</i>	Penggunaan teknologi secara berulang mencerminkan tingkat penerimaan dan kenyamanan pengguna dalam mengaksesnya. Dalam konteks <i>game</i> , frekuensi bermain atau partisipasi dalam <i>event</i> dan misi harian menunjukkan kebiasaan serta keterlibatan aktif pemain. Mengukur seberapa sering pengguna berinteraksi dengan sistem membantu memahami konsistensi penggunaan dan sejauh mana teknologi tersebut menjadi bagian dari rutinitas mereka	Desvira & Aransyah (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya sering mengeksplorasi fitur baru, seperti <i>event</i> ataupun mode permainan di <i>game Mobile Legends</i>	<i>Use Behavior</i>	Keragaman penggunaan fitur, seperti berpartisipasi dalam <i>event</i> , bermain pada mode ranked, atau menyelesaikan misi harian, mencerminkan tingkat keterlibatan pengguna yang lebih mendalam terhadap sistem gamifikasi. Semakin banyak fitur yang dieksplorasi, semakin besar kemungkinan pengguna merasa puas dan terbantu dalam mencapai tujuan mereka. Keberhasilan penerimaan teknologi dapat dilihat dari sejauh mana sistem dianggap bermanfaat dalam meningkatkan pengalaman dan kinerja pengguna. Oleh karena itu, evaluasi terhadap pemanfaatan berbagai fitur dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai tingkat keterlibatan dan adopsi teknologi oleh pengguna	Desvira & Aransyah (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya tidak memiliki dorongan untuk kembali bermain <i>Mobile Legends</i> setelah berhenti	<i>Use Behavior</i>	Kurangnya dorongan untuk kembali bermain menunjukkan rendahnya frekuensi penggunaan, yang merupakan indikator kegagalan dalam penerimaan teknologi. Rendahnya keinginan untuk menggunakan kembali suatu sistem menandakan bahwa kebiasaan penggunaan belum terbentuk secara konsisten. Dalam permainan <i>Mobile Legends</i> , hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya pengalaman bermain yang menyenangkan atau tidak adanya ketertarikan emosional yang kuat dengan fitur-fiturnya	Desvira & Aransyah (2023)

Pertanyaan	Variabel	Justifikasi Ilmiah	Referensi
Saya merasa membuang - buang waktu saat bermain <i>Mobile Legends</i>	<i>Use Behavior</i>	Persepsi bahwa bermain hanya membuang-buang waktu menunjukkan bahwa pengguna tidak melihat nilai atau manfaat dari aktivitas tersebut. Kondisi ini dapat menghambat penerimaan teknologi, karena penerimaan bergantung pada keyakinan bahwa suatu sistem atau aplikasi mampu memberikan manfaat, baik secara fungsional maupun emosional. Dalam konteks game, elemen gamifikasi dirancang untuk meningkatkan kesenangan dan mendorong pengguna menghabiskan lebih banyak waktu bermain. Namun, apabila pengguna merasa bahwa waktu yang dihabiskan tidak produktif atau tidak memberikan manfaat yang sepadan, hal ini menandakan bahwa fitur gamifikasi tersebut belum berhasil menciptakan pengalaman yang menyenangkan	Desvira & Aransyah (2023)

3.2 Pengolahan Data

3.2.1 Tahapan Pengolahan Data

1. Pengumpulan dan penyusunan data

Data primer yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang disebarakan secara daring menggunakan *Google Form*. Setiap jawaban responden menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5, yang mencerminkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang disediakan. Data yang terkumpul kemudian disusun dalam bentuk tabel pada *Excel* atau *Google Spreadsheet* untuk mempermudah proses analisis pada tahap selanjutnya

2. Pembersihan Data

Pembersihan data merupakan tahap penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan dalam analisis adalah akurat, konsisten, dan dapat dipercaya. Data yang terkumpul dari pengisian kuesioner, terutama yang dilakukan secara daring, diperiksa secara menyeluruh untuk mendeteksi adanya jawaban acak atau tidak serius (Khuntari, 2022; Nareswari, 2024). Pemeriksaan ini mencakup identifikasi data yang tidak lengkap, seperti pertanyaan yang tidak dijawab, jawaban ganda, atau isian yang tidak logis, serta pola respons yang menunjukkan pengisian tidak cermat, misalnya memilih opsi jawaban yang sama pada seluruh pertanyaan (Curran, 2015). Keberadaan jawaban yang tidak valid dapat menimbulkan kesalahan, melemahkan korelasi antar konstruk yang diukur, dan memengaruhi hasil analisis seperti reliabilitas, validitas konstruk, maupun pengujian hipotesis (Ward & Maede, 2023).

Penghapusan atau perbaikan data yang terindikasi tidak valid dilakukan untuk mengurangi kesalahan dan meningkatkan kualitas hasil analisis. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pembersihan data dapat meningkatkan kekuatan analisis regresi dan akurasi interpretasi hasil (Ward & Maede, 2023). Namun, langkah ini juga perlu dilakukan secara hati-hati karena penghapusan data dapat berpotensi menghasilkan positif palsu atau negatif palsu jika kriteria yang digunakan terlalu ketat (Curran, 2015). Oleh karena itu, data yang telah dibersihkan diharapkan benar-benar mencerminkan jawaban responden yang mengisi kuesioner sesuai ketentuan, sehingga analisis yang dilakukan dapat menghasilkan temuan yang valid, reliabel, dan representatif terhadap populasi penelitian.

3. Pengkodean Data

Setiap tanggapan yang diberikan oleh responden pada kuesioner kemudian dikonversi ke dalam bentuk angka menggunakan skala Likert ini terdiri dari lima tingkat penilaian, yaitu:

- Sangat tidak setuju diberi skor 1
- Tidak setuju diberi skor 2
- Ragu - ragu diberi skor 3
- Setuju diberi skor 4
- Sangat Setuju diberi skor 5

Pengkodean ini dilakukan agar data lebih mudah diolah secara kuantitatif pada tahap analisis statistik. Proses ini diterapkan pada seluruh pernyataan yang mewakili variabel-variabel dalam penelitian, seperti variabel independen (*performance expectancy*, *effort*

expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, habit, dan price value) dan variabel dependen (penerimaan teknologi, motivasi pengguna, *behavioral intention*, dan *use behavior*). Seluruh pengkodean dilakukan sesuai dengan definisi operasional variabel yang ditetapkan sebelumnya dalam penelitian.

3.2.2 Analisis Statistik

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menyajikan data secara sistematis agar informasi yang terdapat di dalamnya dapat dipahami dengan mudah. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai data yang dikumpulkan, tanpa menarik kesimpulan umum atau melakukan pengujian hipotesis. Menurut Martias (2021), analisis deskriptif bertujuan untuk menyajikan data dengan jelas sehingga dapat diambil pemahaman atau makna tertentu dari penggambaran yang disajikan. Milah dkk. (2023) juga menambahkan bahwa analisis ini tidak digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel, menguji hipotesis, membuat prediksi, atau menarik kesimpulan umum. Rahma dkk. (2025) menyatakan bahwa analisis deskriptif berfungsi untuk menggambarkan dan menyajikan data agar lebih informatif dan mudah dipahami. Teknik ini mencakup ukuran pemusatan seperti rata-rata. Median, dan modus, serta ukuran penyebaran seperti rentang, *varians*, dan standar deviasi. Selain itu data juga dapat divisualisasikan dalam bentuk grafik dan tabel agar lebih mudah dipahami. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan data responden secara sistematis dan informatif. Analisis ini membantu menggambarkan karakteristik responden serta tanggapan mereka terhadap setiap variabel yang diteliti, yaitu gamifikasi, penerimaan teknologi, dan motivasi pengguna dalam permainan *Mobile Legends*. Adapun teknik analisis deskriptif yang digunakan meliputi:

- Rata-rata (mean): untuk mengetahui kecenderungan umum dari jawaban responden terhadap setiap indikator
- Standar deviasi: untuk mengukur tingkat penyebaran atau variansi data responden dari nilai rata-ratanya
- Frekuensi: digunakan untuk menunjukkan distribusi jawaban pada masing masing item pernyataan
- Tabel dan grafik: digunakan sebagai alat bantu visual untuk mempermudah pemahaman terhadap data yang disajikan

b. Analisis Inferensial

Analisis Inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menarik kesimpulan atau membuat generalisasi dari data sampel ke populasi. Statistik inferensial memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis dan menentukan hubungan atau pengaruh antar variabel dalam suatu penelitian (Millah dkk., 2023). Menurut Suwadi (2021), statistik inferensial digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari sampel, dan hasilnya digunakan untuk mewakili kondisi populasi secara keseluruhan. Karena data hanya diambil sebagai populasi, kesimpulan yang dihasilkan bersifat peluang atau probabilitas (Ratnasari dkk., 2020). Dengan kata lain, hasil analisis tidak bersifat mutlak, tetapi memiliki kemungkinan tertentu untuk berlaku pada populasi. Wahyudin (2021), menjelaskan bahwa statistik inferensial berguna untuk mengolah data penelitian sehingga hasilnya dapat diterapkan secara lebih luas. Sedangkan menurut Yuniarti (2022), statistik inferensial menyediakan metode untuk melakukan peramalan, penaksiran, dan pengambilan kesimpulan umum yang digunakan sebagai alat untuk menguji parameter dan hipotesis. Dalam penelitian ini, teknik analisis statistik inferensial yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dipilih untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen, yaitu konstruk-konstruk dalam model UTAUT2 yang telah dikembangkan melalui pendekatan gamifikasi, terhadap sejumlah variabel dependen yang mempresentasikan aspek penerimaan teknologi dan motivasi pengguna. Regresi linier berganda memungkinkan peneliti untuk mengetahui sejauh mana setiap variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yang diteliti. Model regresi linier berganda dirumuskan (3.2) sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \epsilon \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Variable Dependen

X₁, X₂, ...X₇ = Variabel Independen

β_0 = intersep

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_7$ = koefisien regresi

ϵ = Error

Dalam proses analisis, digunakan dua jenis uji utama, yaitu:

- **Uji F (Uji signifikansi simultan)**

Uji F atau yang dikenal sebagai uji signifikansi simultan, digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi (Ratnasari dkk., 2020). Dengan kata lain, uji ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah model regresi yang dibangun layak secara statistik dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara keseluruhan. Menurut Mulyana (2023), uji F dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (p -value) hasil analisis dengan tingkat signifikansi yang umumnya ditetapkan sebesar 0,05. Apabila p -value $< 0,05$ atau nilai F -hitung $> F$ -tabel, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi secara simultan signifikan, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Stefany (2021) menambahkan bahwa pengujian ini penting untuk memastikan bahwa semua variabel independen yang digunakan dalam model berkontribusi terhadap variasi yang terjadi pada variabel dependen. Jika hasil uji menunjukkan signifikansi (p -value) lebih kecil dari 0,05, maka model dianggap signifikan secara keseluruhan. Sebaliknya, jika p -value lebih besar dari 0,05, maka model dianggap tidak signifikan, yang berarti bahwa variabel-variabel independen secara kolektif tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen.

- **Uji t (Uji signifikansi Parsial)**

Uji t, atau uji signifikansi parsial, merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi (Ratnasari dkk., 2020). Pengujian ini dilakukan untuk mengevaluasi setiap variabel independen memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen, dengan tetap mempertimbangkan keberadaan variabel independen lainnya dalam model. Tujuan utama dari uji t adalah untuk menguji hipotesis secara parsial, yaitu menguji pengaruh satu per satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini memberikan gambaran apakah suatu variabel bebas layak dipertahankan dalam model karena memberikan pengaruh yang berarti secara statistik terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam uji t didasarkan pada dua kriteria, yaitu apabila nilai signifikansi (Sig) $< 0,05$ atau nilai t -hitung $> t$ -tabel, maka variabel independen tersebut dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Stefany, 2021).

Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel tersebut dianggap tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik.

3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.3.1 Uji Pretest

Uji pretest merupakan tahap awal yang penting dalam menyusun instrumen penelitian. Tahap ini dilakukan sebelum kuesioner disebarluaskan secara luas kepada responden, dengan tujuan untuk menilai sejauh mana setiap pernyataan dalam kuesioner dapat dipahami dengan baik oleh responden. Selain itu pretest juga berguna untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kesalahan dalam penyusunan kalimat, pemilihan kata, atau struktur pertanyaan yang kurang tepat. Pretest berfungsi untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian telah sesuai dengan tujuan pengukuran, khususnya dalam mengidentifikasi konstruk yang berkaitan dengan penerimaan teknologi dan motivasi pengguna dalam konteks gamifikasi permainan *Mobile Legends*. Menurut Hashim et al. (2022), pretest bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dipahami dengan baik oleh responden dan tidak menimbulkan kebingungan akibat penggunaan istilah atau kalimat yang kurang tepat. selanjutnya, bhalla et al. (2023) menekankan bahwa pretest merupakan langkah awal yang penting untuk menjamin instrumen memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai sebelum digunakan dalam tahap pengumpulan data.

Uji pretest dalam penelitian ini dilakukan terhadap 50 responden yang dipilih secara acak dan memiliki karakteristik serupa dengan populasi target. Jumlah responden ini dipilih untuk memberikan gambaran awal mengenai kejelasan, konsistensi dan pemahaman pernyataan dalam kuesioner. Pengujian pretest dilakukan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk digital menggunakan Google Form. Responden diminta untuk menjawab seluruh item pernyataan sesuai dengan pemahaman mereka. Setelah pengirisan, data yang terkumpul dianalisis menggunakan python untuk menguji validitas pernyataan melalui korelasi Pearson, serta reliabilitas instrumen melalui perhitungan nilai Cronbach's Alpha. Melalui tahapan ini, peneliti dapat mengevaluasi validitas konstruk dan reliabilitas awal dari instrumen, sehingga perbaikan dapat dilakukan apabila ditemukan item yang kurang sesuai atau tidak mendukung tujuan pengukuran.

3.3.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur, seperti tes, kuesioner, atau wawancara, mampu menggambarkan atau mempresentasikan aspek yang ingin diteliti. Validitas menunjukkan seberapa tepat dan akurat suatu instrumen dalam menyajikan informasi yang relevan dengan objek yang diukur. Menurut Sanaky dkk. (2021), suatu instrumen dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila mampu menjalankan fungsinya sebagai alat ukur dengan baik, yaitu menghasilkan data yang akurat dan sesuai dengan tujuan pengukuran. Selain itu, Sitompul (2021) menyatakan bahwa sebuah alat ukur dikatakan valid apabila setiap butir pertanyaan atau item dalam instrumen tersebut mampu secara spesifik dan relevan mengungkap aspek yang hendak diukur. Dalam praktiknya, terdapat beberapa jenis validitas yang dapat digunakan untuk menilai kualitas instrumen, di antaranya validitas isi (*content validity*) dan validitas konstruk (*construct validity*), yang masing-masing memiliki fokus pengujian yang berbeda namun saling melengkapi. Oleh karena itu, pemahaman mengenai kedua jenis validitas ini menjadi penting agar peneliti dapat memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar sesuai dengan tujuan pengukuran.

a. Uji Validitas Isi

Uji validitas isi merupakan salah satu langkah penting dalam proses pengembangan instrumen penelitian. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir dalam kuesioner mencerminkan konstruk atau variabel yang ingin diukur. Validitas isi dilakukan dengan membandingkan isi instrumen dengan tujuan penelitian, dan penilaian dilakukan oleh para ahli yang memahami topik penelitian. Menurut Nabil dkk. (2022), uji validitas isi digunakan untuk mengetahui apakah soal atau pernyataan dalam kuesioner valid dan sesuai dengan konteks penelitian. Hal ini diperkuat oleh Puspitasari & Febrita (2021) yang menyatakan bahwa validitas isi memastikan kesesuaian antara isi angket dengan tujuan penelitian, Dharma (2023) menambahkan bahwa validitas isi menunjukkan sejauh mana item-item dalam instrumen mewakili aspek atau komponen yang akan diukur. Dengan demikian, hasil validitas isi sangat bermanfaat dalam menjamin bahwa instrumen yang digunakan sesuai dengan fokus dan kebutuhan penelitian.

Dalam penelitian ini, validitas isi diuji menggunakan metode Content Validity Index (CVI) dengan bantuan skala Likert empat tingkat, yaitu 1 = tidak relevan, 2 = kurang relevan, 3 = relevan, dan 4 = sangat relevan. Berdasarkan pendapat Suksety & budiono (2025), skor 1 dan 2 menandakan bahwa pernyataan dianggap tidak valid oleh para ahli. Nilai CVI digunakan untuk mengukur sejauh mana kesepakatan antar ahli terhadap relevansi item dalam kuesioner. Skor CVI 0,80 yang berarti validitas isi sangat baik, CVI 0,70 hingga 0,79 menunjukkan bahwa validitas isi cukup baik namun memerlukan perbaikan pada beberapa item. Jika CVI kurang dari 0,70, maka validitas isi dianggap kurang dan instrumen perlu diperbaiki secara menyeluruh (Asari,2025). Rumus yang digunakan untuk menghitung validitas isi terdiri dari dua jenis, yaitu I -CVI dan S-CVI. I-CVI atau *Item level Content Validity Index* dihitung dengan membagi jumlah penilai yang menyatakan item valid (dengan skor 3 atau 4) dengan jumlah total penilai. selanjutnya, S-CVI atau *Scale - level Content Validity* dapat dihitung dengan dua cara, yaitu: Menurut Suryadi et al, 2023 rumus S-CVI terdapat dalam persamaan 2.3 dan 2.4

$$SCVI/Ave = \frac{I - CVI}{jumlah\ item\ tes} \quad (3.3)$$

$$SCVI/UA = \frac{jumlah\ skor\ UA}{jumlah\ total\ item\ tes} \quad (3.4)$$

S - CVI / AVE: rata rata seluruh nilai I-CVI

S - CVI / UA: membagi jumlah item yang mendapatkan persetujuan universal (semua penilai memberi 3 dan 4) dengan total item yang diuji)

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan melalui pendekatan *expert judgement* dengan melibatkan tiga orang ahli. Ketiga ahli tersebut dipilih berdasarkan pengalaman mereka dalam bermain *game Mobile Legends* secara mendalam. Kriteria pemilihan ahli meliputi lamanya waktu bermain, pengalaman dalam menggunakan fitur-fitur *game*, serta pencapaian peringkat tertinggi dalam permainan. Selain itu, jumlah turnamen yang pernah diikuti juga menjadi pertimbangan. Hal ini karena keikutsertaan dalam turnamen mencerminkan motivasi bermain yang tinggi serta pemahaman yang mendalam terhadap perkembangan permainan, yang sangat relevan dengan tujuan penelitian ini.

b. Validitas Konstruk

Validitas konstruk adalah jenis validitas yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur konsep atau variabel yang sesuai dengan teori yang mendasarinya. Dengan kata lain, suatu instrumen dikatakan memiliki validitas konstruk yang baik apabila item-item di dalamnya dapat menggambarkan dengan tepat konstruk atau konsep yang ingin diteliti. Menurut Syamsurizal (2020), validitas konstruk berarti bahwa suatu alat ukur dianggap valid apabila telah sesuai dengan konstruk atau kerangka teoritis yang menjadi dasar dalam penyusunan alat tersebut. Sementara itu Sugiono et al. (2020) menyatakan bahwa validitas konstruk merupakan gambaran tentang sejauh mana hasil dari alat ukur dapat mencerminkan teori atau konsep yang ingin diukur. Adapun menurut Azizah dkk. (2021) terdapat empat ukuran utama yang digunakan untuk menguji validitas konstruk yaitu:

- a. *Convergent validity* atau validitas konvergen: digunakan untuk mengetahui apakah indikator-indikator yang mengukur konstruk yang sama saling berkorelasi tinggi. Korelasi tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mengukur konsep yang sama.
- b. *Average Variance Extracted (AVE)*: menunjukkan seberapa besar varian dari indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk. Nilai AVE yang tinggi menunjukkan bahwa konstruk berhasil menjelaskan sebagian besar varian dari indikator.
- c. Reliabilitas: menunjukkan sejauh mana indikator dalam satu konstruk memiliki konsistensi internal. Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang stabil dan dapat dipercaya.
- d. *Discriminant validity* atau validitas diskriminan: digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruksi lainnya, yang ditunjukkan oleh rendahnya korelasi antara konstruk yang berbeda.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas konstruk dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan mewakili setiap konsep dalam model yang diteliti, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipercaya dan sesuai dengan tujuan penelitian.

3.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian, seperti kuesioner, dapat memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan secara berulang dalam kondisi yang sama. Reliabilitas menunjukkan tingkat kestabilan dan keandalan suatu alat ukur dalam memperoleh data yang bebas dari kesalahan dan dapat dipercaya. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila respon yang diberikan oleh responden cenderung tetap atau tidak berubah secara signifikan dari waktu ke waktu (Sanaky dkk., 2021). Menurut Azizah dan Chalimatusaidah (2025), uji reliabilitas digunakan untuk dihasilkan oleh instrumen penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat diandalkan. Sementara itu, Tiong dkk. (2023) menjelaskan bahwa uji reliabilitas juga berfungsi untuk memastikan bahwa setiap indikator dalam kuesioner mampu secara konsisten mewakili variabel yang diukur. Salah satu metode umum yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Nilai ini menggambarkan sejauh mana item-item dalam satu konstruk saling berkaitan dan mampu menghasilkan pengukuran yang konsisten serta stabil. Menurut Sanaky dkk (2021), pembagian nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut: nilai diatas 0,90 menunjukkan reliabilitas sangat tinggi atau sempurna, nilai di antara 0,70 hingga 0,90 menunjukkan reliabilitas tinggi, nilai di antara 0,50 hingga 0,70 menunjukkan reliabilitas sedang, sedangkan dibawah 0,50 menunjukkan reliabilitas rendah. Jika nilai alpha rendah, maka kemungkinan terdapat item dalam kuesioner yang tidak konsisten atau kurang tepat dalam mengukur konstruk tertentu. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara stabil ketika diberikan kepada responden dalam kondisi yang serupa. Proses pengujian dilakukan dengan menghitung nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel dalam kuesioner. Nilai tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk menilai konsistensi internal antar item dalam satu konstruk. Pengolahan data reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik, sehingga hasilnya dapat dianalisis secara objektif dan sistematis.

3.4 Interpretasi Hasil

Interpretasi hasil diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna khususnya pada usia 16 - 30 tahun, dengan menggunakan pendekatan UTAUT. Hasil analisis statistik, seperti regresi linier berganda, akan diinterpretasikan untuk mengidentifikasi sejauh mana variabel independen seperti gamifikasi, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, dan *habit*. Dapat memengaruhi variabel dependen penerimaan teknologi, motivasi pengguna, *behavioral intention*, *use behaviour*. Interpretasi ini didukung oleh data kuantitatif yang telah melalui proses pengolahan, pembersihan, dan pengkodean dengan menggunakan skala Likert, serta divalidasi melalui uji validitas dan reliabilitas, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akurat dan relevan dengan tujuan penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan metode yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden kemudian dianalisis untuk mengetahui pengaruh elemen gamifikasi dalam *game Mobile Legends* terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna. Analisis dilakukan dengan pendekatan model UTAUT2 yang telah disesuaikan dengan konstruk gamifikasi. Pembahasan pada bab ini bertujuan untuk menguraikan temuan - temuan yang diperoleh secara sistematis, serta menjelaskan hubungan antar variabel penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform Google Form. setelah seluruh data terkumpul, proses pengolahan dilakukan dengan python untuk memperoleh gambaran umum dari data yang telah diperoleh. Penyebaran kuesioner menghasilkan sebanyak 315 responden, jumlah ini melebihi dari sampel yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu 100 responden. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti membagi data menjadi dua bagian, yaitu 50 responden digunakan untuk uji validitas isi, sedangkan 195 responden digunakan sebagai subjek penelitian utama. Responden terdiri dari pemain aktif maupun pengguna yang pernah memainkan *game Mobile Legends*. Karakteristik demografis responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 dan Tabel 4.2

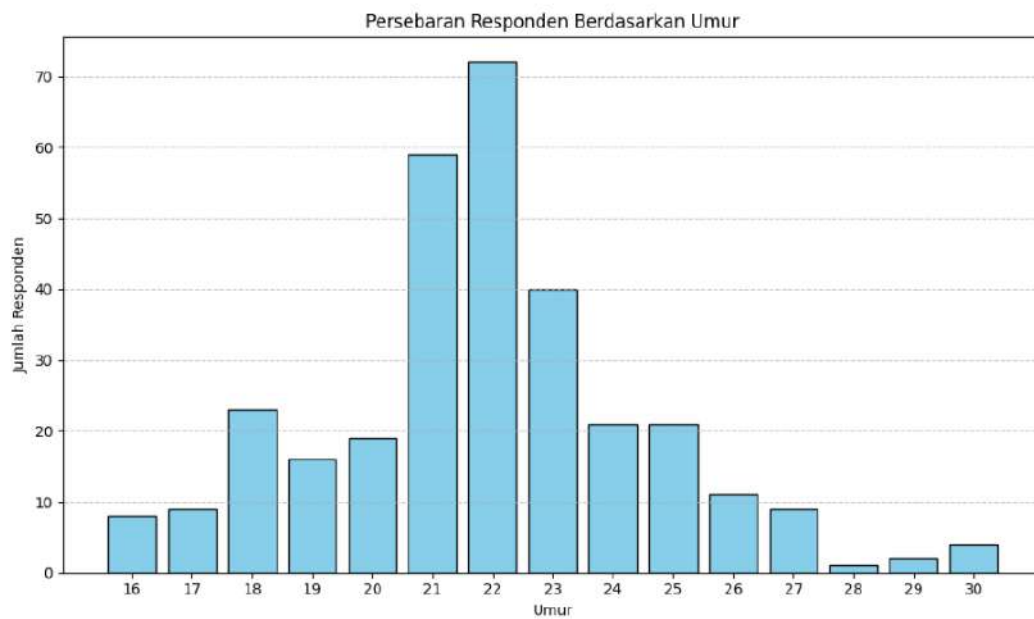
- **Umur**

Dari hasil pengambilan data yang diberikan kepada responden berusia 16 tahun hingga 30 tahun, maka diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Persebaran Umur

Umur	Jumlah
16	8
17	9
18	23
19	16
20	19
21	59
22	72
23	40
16	8
24	21
25	21
26	11
27	9
28	1
29	2
30	4
Total	315

Visualisasi data persebaran responden dapat dilihat pada Gambar 4.1



Gambar 4.1 Visualisasi Persebaran Umur Responden

Untuk mempermudah analisis, usia responden dikategorikan ke dalam tiga kelompok sebagai berikut

1. Kelompok pelajar yaitu pada rentang usia 16-18 tahun, terdiri dari 40 responden atau 12,70%
2. Kelompok mahasiswa yaitu pada rentang usia 19-24 tahun, terdiri dari 227 responden atau 72,06%
3. Kelompok pekerja yaitu pada rentang usia 25 -30 tahun, terdiri dari 48 responden atau 15,24%

Berdasarkan pengelompokan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada kelompok usia 19 hingga 24 tahun yang mencerminkan dominasi partisipasi dari kalangan mahasiswa

- **Jenis Kelamin:**

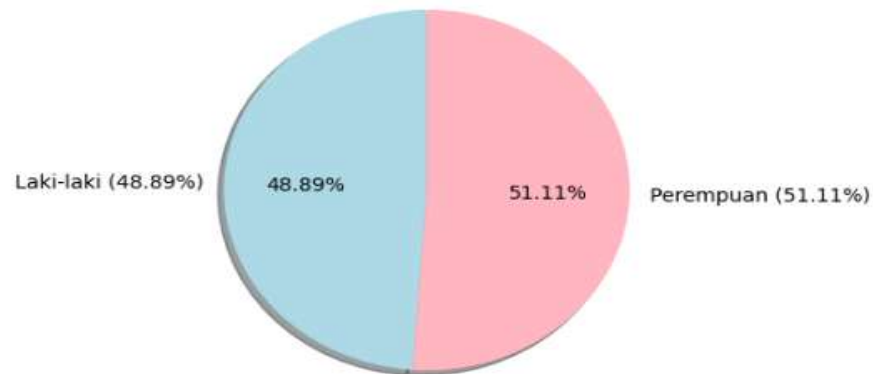
Dari hasil pengumpulan data, maka diperoleh hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2 Persebaran Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	154	48.89%
Perempuan	161	51,11%
Total	315	100%

Data dalam tabel tersebut dapat divisualisasikan pada Gambar 4.2

Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4.2 Visualisasi Persebaran Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data dari tabel diperoleh bahwa responden laki-laki berjumlah 154 responden atau sekitar 48.89% dari total responden. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 161 orang atau sekitar 51,11%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan karena memiliki jumlah lebih banyak dibandingkan laki-laki .

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Penyusunan Data

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner secara daring melalui Google Form kemudian dikumpulkan dan disusun secara sistematis untuk memudahkan proses analisis pada tahap selanjutnya. Setiap tanggapan responden yang terkumpul diunduh dalam bentuk spreadsheet, lalu dipindahkan ke dalam aplikasi Microsoft Excel maupun Google Spreadsheet. Data tersebut kemudian diklasifikasikan berdasarkan masing-masing indikator dalam instrumen penelitian. Salah satu bentuk penyusunan data yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut, yang berisi tanggapan responden terhadap beberapa pernyataan dalam kuesioner

Bermain Mobile Legends mengurangi kemampuan Saya merasa cepat menguasai keterampilan dalam Instruksi dalam game Mobile Legends jelas dan m Saya merasa nyaman dalam memainkan dan men Saya merasa sulit untuk menguasai dalam bermain				
Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Ragu Ragu
Tidak Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Ragu Ragu	Ragu Ragu
Tidak Setuju	Ragu Ragu	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Ragu Ragu	Ragu Ragu	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Tidak Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Tidak Setuju
Ragu Ragu	Sangat Setuju	Ragu Ragu	Sangat Setuju	Setuju
Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Tidak Setuju
Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu Ragu
Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Ragu Ragu	Setuju
Tidak Setuju	Ragu Ragu	Setuju	Setuju	Ragu Ragu
Sangat Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju
Ragu Ragu	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju
Setuju	Ragu Ragu	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Tidak Setuju
Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju
Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Tidak Setuju
Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju
Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju
Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Ragu Ragu	Setuju
Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu Ragu	Ragu Ragu	Ragu Ragu
Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Tidak Setuju
Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Setuju	Setuju	Setuju	Ragu Ragu	Setuju
Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Ragu Ragu	Tidak Setuju	Ragu Ragu	Tidak Setuju	Setuju
Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu Ragu	Setuju	Ragu Ragu

Gambar 4.3 Penyusunan Data Responden

4.2.2 Pembersihan Data

Pembersihan data dilakukan agar data yang digunakan dalam penelitian ini benar - benar valid dan dapat diolah secara akurat. Proses ini mencakup penghapusan maupun penyesuaian terhadap data responden yang dianggap tidak sesuai seperti jawaban yang tidak konsisten, tidak lengkap, atau tidak relevan dengan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Selain itu, jika ditemukan data yang diisi secara asal-asalan misalnya menjawab seluruh pernyataan dengan pilihan yang sama maka data tersebut dikeluarkan dari proses analisis. Langkah ini bertujuan untuk menjaga data dan memastikan bahwa hasil penelitian merefleksikan tanggapan responden yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah seperti pada Gambar 4.4 yang merupakan contoh bentuk data yang dibersihkan

Ragu Ragu	Ragu Ragu	Ragu Ragu	Ragu Ragu	Ragu Ragu	Ragu Ragu
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Gambar 4.4 Penyusunan Data Responden

Hasil dari pembersihan data dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Persebaran Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah
Data yang digunakan	245
Data yang dibersihkan	70
TOTAL	315

4.2.3 Pengkodean Data

Pengkodean data merupakan proses mengubah setiap jawaban kuesioner menjadi bentuk angka berdasarkan skala Likert. Tujuannya adalah untuk mempermudah analisis data secara kuantitatif. Dalam skala Likert ini, respon “Sangat Tidak Setuju” dikodekan dengan angka 1, “Tidak Setuju” dengan angka 2, “Ragu-ragu” dengan angka 3, “Setuju” dengan angka 4, “Sangat setuju” dengan angka 5. Setiap pernyataan dalam kuesioner diberi nilai numerik sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh responden. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengolah dan menganalisis data. Gambar di bawah ini menunjukkan hasil pengkodean data dari sejumlah responden berdasarkan skala Likert yang telah disebutkan: pengkodean data menggunakan code dari python dan menggunakan bantuan microsoft excel. Pengkodean dengan python dapat dilihat pada Gambar 4.5

```
import pandas as pd

# Definisikan kamus skor
score_mapping = {
    'Sangat Tidak Setuju': 1,
    'Tidak Setuju': 2,
    'Ragu Ragu': 3,
    'Setuju': 4,
    'Sangat Setuju': 5
}

# Baca file Excel
df = pd.read_excel('50datatesting.xlsx', index_col=0)

# Fungsi untuk mengubah respons menjadi skor, menangani ketidakaturan
def convert_to_score(response):
    response = str(response).strip() # Convert to string and remove
    extra spaces
    return score_mapping.get(response, 3) # Default to 3 (Ragu Ragu) for
    invalid entries

# Terapkan transformasi penilaian ke semua kolom respons
for column in df.columns:
    df[column] = df[column].apply(convert_to_score)
```

```
# Simpan data yang telah ditransformasi ke file Excel baru
df.to_excel('converted_scores.xlsx')

# Optional: Print the first few rows to verify
print(df)
```

Gambar 4.5 Pengkodean Data

Berdasarkan kode tersebut maka diperoleh hasil pada gambar Gambar 4.6

ess/essny	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
R01	4	4	2	5	2	2	4	4	3	3	4	2	2	3	2	4	4	4	2	2	4	4
R02	2	3	2	4	2	5	4	2	2	4	4	2	4	5	4	4	4	2	4	3	2	2
R03	4	4	4	3	2	4	4	4	2	2	4	4	3	2	2	4	4	4	2	2	4	4
R04	3	4	4	5	5	4	4	3	2	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
R05	4	5	2	5	2	3	4	4	2	2	3	2	5	3	3	4	4	4	5	2	4	4
R06	5	1	1	5	4	3	4	4	2	2	5	5	1	5	5	5	5	4	2	2	3	4
R07	4	5	2	4	2	5	4	5	1	2	5	4	4	3	2	5	5	5	2	2	5	5
R08	5	4	5	4	3	5	3	5	4	2	4	2	5	1	5	4	4	3	3	4	5	2
R09	4	4	2	4	2	4	4	4	3	2	4	2	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4
R10	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3
R11	1	4	5	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	2	4	3	3
R12	3	4	2	3	2	3	4	4	3	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4
R13	3	5	4	5	1	4	5	5	2	1	4	3	1	5	3	3	5	5	4	4	3	5
R14	4	3	2	4	3	2	2	2	4	4	5	4	4	3	2	2	3	2	3	4	4	4
R15	5	4	4	4	4	3	5	5	1	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4
R16	4	4	3	3	2	4	4	4	1	1	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4
R17	4	5	2	5	1	5	5	5	2	2	4	5	2	4	5	4	4	4	2	2	4	4
R18	4	4	2	4	2	5	4	4	1	1	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3
R19	4	5	2	2	4	5	4	5	2	2	5	4	5	4	2	5	4	4	2	4	4	5
R20	4	5	3	4	2	4	5	2	2	2	2	2	2	4	4	5	5	2	2	4	5	5
R21	4	4	1	5	4	2	4	3	4	2	5	2	4	5	4	3	2	5	4	2	4	4
R22	4	5	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3
R23	4	5	5	4	4	5	5	4	1	2	4	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4
R24	4	2	2	4	4	2	4	4	2	2	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4
R25	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4
R26	4	5	3	4	4	5	4	4	2	3	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
R27	4	4	3	4	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	4	4	4	2	2	4	4	4
R28	4	4	1	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4
R29	4	4	2	4	2	2	4	4	2	2	2	3	1	4	4	4	4	4	2	2	4	4
R30	2	2	2	4	2	2	3	4	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	1	3
R31	4	5	2	5	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	4	1	3	4

Gambar 4.6 Hasil pengkodean data

4.3 Uji Pretest dan Validitas Isi

4.3.1 Validitas Isi

Uji validitas isi dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner telah sesuai dengan konstruk yang ingin diukur dalam penelitian. Validasi Isi ini melibatkan para ahli yang memahami topik penelitian, yaitu pemain *Mobile Legends* yang memiliki pengalaman bermain yang beragam dan mendalam. Penilaian dilakukan dengan skala Likert 1-4, dengan keterangan sebagai berikut :

4 = Sangat relevan

3 = Relevan

2 = Kurang Relevan

1 = Tidak Relevan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Content Validity Index* (CVI) untuk mengukur tingkat validitas isi dari instrumen penelitian yang digunakan. Suatu instrumen dianggap memiliki validitas isi yang baik apabila nilai CVI lebih dari 0,70, Adapun rumus perhitungannya dapat dilihat pada persamaan 4.1

$$CVI = \frac{\text{Jumlah pernyataan yang dinyatakan valid oleh ahli}}{\text{Jumlah total pernyataan}}. \quad (4.1)$$

Penilaian dari masing-masing ahli kemudian dirata-ratakan untuk setiap item untuk melihat sejauh mana relevansi setiap pernyataan. Hasil dari proses Validasi Isi ini ditampilkan dalam bentuk tabel 4.4 hingga Tabel 4.14

a. *Performance Expectancy*

Tabel 4.4 Validasi Isi *Performance Expectancy*

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Bermain permainan <i>Mobile Legends</i> memotivasi saya untuk menetapkan dan mencapai tujuan pribadi melalui keberhasilan dalam permainan, seperti menaikkan rank atau peringkat	3	4	4	3	1	1	Valid
2	Bermain <i>Mobile Legends</i> meningkatkan kemampuan saya untuk bekerja sama secara efektif dengan tim dalam permainan	3	3	3	3	1	1	Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
3	Bermain <i>Mobile Legends</i> membantu saya mengelola waktu luang dengan lebih produktif	2	3	3	2	0,67	0	Tidak Valid
4	Saya merasa bahwa bermain <i>game Mobile Legends</i> mengurangi produktivitas saya dalam melakukan aktivitas sehari-hari	3	4	4	3	1	1	Valid
5	Bermain <i>Mobile Legends</i> mengurangi kemampuan saya untuk berkomunikasi atau bekerja sama secara efektif dengan orang lain di luar permainan	3	3	3	3	1	1	Valid

b. *Effort Expectancy*Tabel 4.5 Validasi Isi *Effort Expectancy*

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Saya merasa cepat menguasai keterampilan dalam bermain <i>Mobile Legends</i> , seperti mengendalikan hero dan berkoordinasi dalam tim.	4	3	3	3	1	1	Valid
2	Instruksi dalam <i>game Mobile Legends</i> jelas dan mudah dipahami sehingga membantu saya bermain dengan lebih baik	3	3	3	3	1	1	Valid
3	Saya merasa nyaman dalam memainkan dan mengoperasikan <i>game Mobile Legends</i> karena tidak rumit digunakan	3	4	4	3	1	1	Valid
4	Saya merasa bahwa bermain <i>game Mobile Legends</i> mengurangi produktivitas saya dalam melakukan aktivitas sehari-hari	3	4	4	3	1	1	Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
5	Saya merasa bingung dengan petunjuk dalam <i>game Mobile Legends</i> karena instruksinya tidak cukup jelas	4	4	4	3	1	1	Valid

c. *Social Influence*

Tabel 4.6 Validasi Isi *Social Influence*

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Teman-teman saya mengharapkan saya untuk bermain <i>game Mobile Legends</i> agar dapat bermain bersama mereka	3	4	4	3	1	1	Valid
2	Komunitas pemain <i>game Mobile Legends</i> yang saya ikuti mendorong saya untuk terus bermain agar menjadi bagian dari kelompok mereka	4	3	3	3	1	1	Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
3	Pemain lain dalam <i>game Mobile Legends</i> mendorong saya untuk menggunakan fitur <i>voice chat</i> atau <i>team play</i> untuk berinteraksi dengan mereka	3	4	4	3	1	1	Valid
4	Komunitas <i>Mobile Legends</i> yang saya ikuti tidak terlalu memengaruhi keputusan saya untuk bermain <i>game</i> tersebut	3	4	4	3	1	1	Valid
5	Saya tidak merasa ada dorongan dari orang-orang terdekat untuk bermain <i>Mobile Legends</i>	4	3	3	3	1	1	Valid

d. *Facilitating Condition*Tabel 4.7 Validasi Isi *facilitating Condition*

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Perangkat seperti <i>smartphone</i> atau komputer yang saya miliki dapat digunakan untuk bermain <i>game Mobile Legends</i> dengan lancar	3	4	4	3	1	1	Valid
2	Saya dapat dengan mudah mengakses dan memainkan <i>game Mobile Legends</i> kapan saja dan dimana saja melalui perangkat yang saya miliki	4	4	4	3	1	1	Valid
3	Desain antarmuka pada <i>game Mobile Legends</i> membantu saya berinteraksi dengan menu permainan tanpa kesulitan	3	3	3	3	1	1	Valid
4	Lingkungan tempat saya tempat saya tinggal tidak mendukung saya untuk bermain <i>Mobile Legends</i> dengan lancar, seperti sinyal internet yang tidak stabil	3	4	2	2	0,67	0	Tidak Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
5	Saya merasa tampilan dan fitur dalam <i>Mobile Legends</i> cukup membingungkan untuk digunakan	4	3	3	3	1	1	Valid

e. *Hedonic Motivation*

Tabel 4.8 Validasi Isi *Hedonic Motivation*

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Saya bermain <i>Mobile Legends</i> karena memberikan pengalaman yang menyenangkan	3	4	4	3	1	1	Valid
2	Saya sering merasa terhibur dengan tampilan visual dan efek dalam <i>game Mobile Legends</i>	4	4	4	3	1	1	Valid
3	Saya merasa lebih bersemangat setelah bermain <i>Mobile Legends</i>	4	3	3	3	1	1	Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
4	Saya merasa bermain <i>Mobile Legends</i> tidak memberikan hiburan atau kesenangan bagi saya	3	3	2	2	0,67	0	Tidak Valid
5	Setelah bermain <i>Mobile Legends</i> , saya tidak merasa ada perubahan suasana hati atau perasaan saya	3	4	3	3	1	1	Valid

f. Habit

Tabel 4.9 Validasi Isi *Habit*

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Saya merasa bermain <i>Mobile Legends</i> secara rutin membantu saya belajar mengatur waktu bermain dengan lebih disiplin	4	4	4	3	1	1	Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
2	Saya termotivasi untuk bermain <i>Mobile Legends</i> setiap hari karena elemen gamifikasi seperti misi harian, yang membantu meningkatkan kemampuan bermain saya	3	1	3	2	0,67	0	Tidak Valid
3	Saya sering bermain <i>Mobile Legends</i> karena dapat diakses dengan mudah kapan saja dan dimana saja, sehingga membantu saya memanfaatkan waktu luang dengan lebih baik	3	4	4	3	1	1	Valid
4	Saya merasa sulit untuk menghentikan kebiasaan bermain <i>Mobile Legends</i> meskipun saya ingin mengurangi waktu bermain	4	3	3	3	1	1	Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
5	Saya merasa cemas tidak bermain <i>Mobile Legends</i> karena takut tertinggal update atau event dalam game	4	3	3	3	1	1	Valid

g. Price Value

Tabel 4.10 Validasi Isi Price Value

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Harga yang saya bayar untuk pembelian dalam game <i>Mobile Legends</i> sesuai dengan manfaat yang saya terima, seperti peningkatan pengalaman bermain atau peningkatan status dalam permainan	3	2	4	2	0,67	0	Tidak Valid
2	Menurut saya pengeluaran untuk membeli barang di dalam game seperti <i>skin</i> , <i>item</i> ataupun <i>diamond</i> dalam game ini masih tergolong murah	2	4	3	2	0,67	0	Tidak Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
3	Saya merasa nyaman dengan sistem harga, top up, dan promo yang ditawarkan pada <i>game Mobile Legends</i> mudah dipahami dan tidak membingungkan	3	3	3	3	1	1	Valid
4	Saya merasa item premium atau hadiah dari <i>event</i> seperti <i>skin</i> , <i>emoticon</i> , atau <i>item</i> lainnya tidak sebanding dengan jumlah diamond atau uang yang saya keluarkan	3	4	4	3	1	1	Valid
5	Menurut saya terlalu banyak fitur pada <i>game Mobile Legends</i> yang mengharuskan pembayaran dengan harga yang tidak layak seperti terlalu mahal	3	1	1	1	0,33	0	Tidak Valid

h. Penerimaan Teknologi

Tabel 4.11 Validasi Isi Penerimaan Teknologi

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Saya merasa bahwa bermain <i>Mobile Legends</i> memberikan tantangan positif yang mendorong saya untuk terus meningkatkan kemampuan saya	3	4	4	3	1	1	Valid
2	Saya merasa hubungan saya dengan teman-teman lebih dekat karena bermain <i>Mobile Legends</i> bersama	2	3	4	2	0,67	0	Tidak Valid
3	Saya merasa terbantu meningkatkan kemampuan bermain <i>Mobile Legends</i> melalui sumber <i>online</i> seperti Youtube, Instagram, TikTok, atau grup diskusi	4	3	4	3	1	1	Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
4	Saya merasa tidak mengalami peningkatan kemampuan pribadi seperti kerjasama, strategi, atau pengambilan keputusan saat bermain <i>Mobile Legends</i>	3	4	2	2	0,67	0	Tidak Valid
5	Saya tidak merasa perlu untuk ikut bermain <i>Mobile Legends</i> meskipun banyak orang lain yang memainkannya	3	4	2	2	0,67	0	Tidak Valid

i. Motivasi Pengguna

Tabel 4.12 Validasi Isi Motivasi Pengguna

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Bermain <i>Mobile Legends</i> memungkinkan saya memperoleh pendapatan tambahan untuk kehidupan sehari-hari	4	3	3	3	1	1	Valid

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
2	Saya termotivasi bermain <i>game Mobile Legends</i> karena ingin diakui sebagai pemain yang berprestasi di antara teman atau komunitas	4	4	3	3	1	1	Valid
3	Saya memilih <i>game Mobile Legends</i> untuk mengisi waktu luang karena menawarkan pengalaman bermain yang menyenangkan	3	4	4	3	1	1	Valid
4	Saya tidak memainkan <i>game Mobile Legends</i> dengan tujuan untuk mendapatkan pendapatan tambahan dalam kehidupan sehari-hari	3	3	3	3	1	1	Valid
5	Bermain <i>Mobile Legends</i> memungkinkan saya memperoleh pendapatan tambahan untuk kehidupan sehari-hari	3	3	2	2	0,67	0	Tidak Valid

j. Behavioral Intention

Tabel 4.13 Validasi Isi *Behavioral Intention*

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Menjadi bagian dari komunitas <i>Mobile Legends</i> tidak membuat saya merasa lebih dihargai sebagai pemain	3	3	3	3	1	1	Valid
2	Saya berniat untuk terus memainkan <i>game Mobile Legends</i> di masa mendatang	4	3	3	3	1	1	Valid
3	Saya akan merekomendasikan permainan <i>Mobile Legends</i> kepada orang lain	4	4	4	3	1	1	Valid
4	Saya cenderung meluangkan waktu secara teratur untuk memainkan <i>game Mobile Legends</i>	3	4	2	2	0,67	0	Tidak Valid
5	Saya merasa pengalaman bermain <i>Mobile Legends</i> menjadi semakin membosankan	3	4	2	2	0,67	0	Tidak Valid

k. Use Behavior

Tabel 4.14 Validasi Isi *Use Behavior*

No	Pernyataan	Skor			Jumlah Kesetujuan	I - CVI	UA	Status
		Ahli 1	Ahli 2	Ahli 3				
1	Saya menghabiskan waktu lebih dari satu jam setiap kali bermain <i>game Mobile Legends</i>	3	4	4	3	1	1	Valid
2	Saya sering berpartisipasi dalam <i>event</i> atau misi harian di <i>game Mobile Legends</i>	3	3	4	3	1	1	Valid
3	Saya sering mengeksplorasi fitur baru, seperti <i>event</i> ataupun mode permainan di <i>game Mobile Legends</i>	4	3	4	3	1	1	Valid
4	Saya tidak memiliki dorongan untuk kembali bermain <i>Mobile Legends</i> setelah berhenti	3	4	2	2	0,67	0	Tidak Valid
5	Saya merasa membuang - buang waktu saat bermain <i>Mobile Legends</i>	4	4	2	2	0,67	0	Tidak Valid

Berdasarkan pengolahan data dari Tabel 4.4 hingga Tabel 4.14 maka diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 4.15

Tabel 4.15 Hasil Validas Isi

Variabel	Jumlah Item	I-CVI = 1,00	I-CVI < 0,80	S-CVI/AVE	SCVI/UA
<i>Performance Expectancy</i>	5	4	1	0,934	0,80
<i>Effort Expectancy</i>	5	5	0	1,00	1,00
<i>Social Influence</i>	5	5	0	1,00	1,00
<i>Facilitating Conditions</i>	5	4	1	0,934	0,80
<i>Hedonic Motivation</i>	5	4	1	0,934	0,80
<i>Habit</i>	5	2	3	0,734	0,40
<i>Price Value</i>	5	4	1	0,934	0,80
<i>Penerimaan Teknologi</i>	5	2	3	0,802	0,40
Motivasi Pengguna	5	4	1	0,934	0,80
<i>Behavioral Intention</i>	5	3	2	0,868	0,60
<i>Use Behavior</i>	5	3	2	0,868	0,60
TOTAL	55	45	10	0,904	0,82

Berdasarkan Tabel 4.15 Hasil validitas isi terhadap instrumen kuesioner yang terdiri dari 55 item pernyataan, yang telah dinilai oleh tiga orang yang dipilih berdasarkan pengalaman mereka sebagai pemain senior atau seseorang yang memiliki pemahaman mendalam terhadap *game Mobile Legends*, diperoleh hasil bahwa sebagian besar item telah memenuhi kriteria validitas isi yang baik. Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert 4 poin. Dimana skor 3 dan 4 dianggap menunjukkan bahwa suatu item dinilai relevan oleh para ahli. Melalui pendekatan *item level content validity index* (I-CVI), sebanyak 45 item atau 81,82% memperoleh nilai I-CVI sebesar 1,00, yang menunjukkan adanya kesepakatan dari para ahli mengenai relevansi item terhadap konstruk yang diukur. Sementara itu, 10 item lainnya atau 18,18% memiliki nilai I-CVI dibawah ambang batas minimal, yaitu 0,80 dengan beberapa item memperoleh nilai 0,666 dan 0,333, Nilai tersebut mencerminkan ketidaksepakatan di antara para ahli mengenai relevansi item - item tersebut. Oleh karena itu, pernyataan tersebut perlu ditinjau kembali untuk direvisi agar lebih sesuai dengan konstruk yang diukur, atau dipertimbangkan untuk dihapus jika tidak dapat disesuaikan

secara signifikan. Secara keseluruhan, nilai rata-rata dari seluruh I-CVI, atau *Scale Level Content Validity Index/Average*, mencapai 0,904, Nilai ini melebihi ambang batas minimal yang direkomendasikan yaitu sebesar 0,80, yang menunjukkan bahwa kuesioner ini memiliki tingkat validitas isi yang sangat baik. Dengan demikian, instrumen ini dianggap memiliki kesesuaian yang tinggi dengan konstruk yang diukur, serta menunjukkan tingkat kesepakatan yang kuat diantara para ahli yang memahami konteks *game Mobile Legends*.

4.3.2 Uji Pretest

Uji pretest dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan instrumen penelitian, yaitu kuesioner, sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama. Pengujian ini melibatkan 50 responden yang dipilih secara acak untuk mewakili karakteristik populasi penelitian. Tujuan utama dari uji pretest adalah memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai, sehingga mampu menghasilkan data yang akurat, konsisten, dan sesuai dengan konstruk yang ingin diukur.

- Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat. Dalam penelitian ini, uji validitas pretest dilakukan terhadap 55 item pernyataan yang disebarkan kepada 50 responden dengan menggunakan python, dengan metode korelasi Pearson Product Moment. Dalam pengujian ini, nilai r-hitung dari masing-masing pernyataan dibandingkan dengan nilai r-tabel pada taraf signifikansi 5% (0,279) dan 1% (0,361), dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Kriteria penentuan validitas item yaitu

- pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r-hitung $>$ r-tabel dengan nilai signifikansi ($p\text{-value} < 0,05$)
- Sebaliknya, pernyataan dinyatakan tidak valid apabila nilai r-hitung $<$ r-tabel dan nilai $p\text{-value} > 0,05$

Pada Tabel 4.16 merupakan hasil uji validitas dari masing-masing pernyataan berdasarkan variabel penelitian.

Tabel 4.16 Hasil Validitas Pretest

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel 0,05	r-tabel 0,01	Signifikasi	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	P1	0,266	0,279	0,361	0,062	Tidak Valid
	P2	0,361	0,279	0,361	0,010	Valid

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel 0,05	r-tabel 0,01	Signifikasi	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	P3	0,624	0,279	0,361	0,000	Valid
	P4	0,137	0,279	0,361	0,344	Tidak Valid
	P5	0,413	0,279	0,361	0,003	Valid
<i>Effort Expectancy</i>	P6	0,529	0,279	0,361	0,000	Valid
	P7	0,516	0,279	0,361	0,000	Valid
	P8	0,327	0,279	0,361	0,020	Valid
	P9	-0,068	0,279	0,361	0,639	Tidak Valid
<i>Social Influence</i>	P10	-0,040	0,279	0,361	0,783	Tidak Valid
	P11	0,465	0,279	0,361	0,001	Valid
	P12	0,582	0,279	0,361	0,000	Valid
	P13	0,505	0,279	0,361	0,000	Valid
	P14	-0,012	0,279	0,361	0,935	Tidak Valid
<i>Facilitating Condition</i>	P15	0,0250	0,279	0,361	0,080	Tidak Valid
	P16	0,302	0,279	0,361	0,033	Valid
	P17	0,400	0,279	0,361	0,004	Valid
	P18	0,332	0,279	0,361	0,018	Valid
	P19	0,359	0,279	0,361	0,010	Valid
<i>Hedonic Motivation</i>	P20	0,108	0,279	0,361	0,456	Tidak Valid
	P21	0,517	0,279	0,361	0,000	Valid
	P22	0,272	0,279	0,361	0,056	Tidak Valid
	P23	0,557	0,279	0,361	0,000	Valid
	P24	0,250	0,279	0,361	0,080	Tidak Valid
<i>Habit</i>	P25	0,158	0,279	0,361	0,273	Tidak Valid
	P26	0,349	0,279	0,361	0,013	Valid
	P27	0,705	0,279	0,361	0,000	Valid
	P28	0,453	0,279	0,361	0,001	Valid
	P29	0,635	0,279	0,361	0,000	Valid
<i>Price Value</i>	P30	0,338	0,279	0,361	0,016	Valid
	P31	0,361	0,279	0,361	0,10	Valid
	P32	0,332	0,279	0,361	0,019	Valid
	P33	0,257	0,279	0,361	0,071	Tidak Valid
	P34	0,452	0,279	0,361	0,001	Valid
<i>Penerimaan Teknologi</i>	P35	0,316	0,279	0,361	0,026	Valid
	P36	0,706	0,279	0,361	0,000	Valid
	P37	0,599	0,279	0,361	0,000	Valid
	P38	0,345	0,279	0,361	0,014	Valid
	P39	0,434	0,279	0,361	0,002	Valid
<i>Motivasi Pengguna</i>	P40	-0,179	0,279	0,361	0,212	Tidak Valid
	P41	0,431	0,279	0,361	0,002	Valid
	P42	0,482	0,279	0,361	0,000	Valid
	P43	0,463	0,279	0,361	0,001	Valid
	P44	0,153	0,279	0,361	0,228	Tidak Valid
<i>Behavioral Intention</i>	P45	0,298	0,279	0,361	0,036	Valid
	P46	0,612	0,279	0,361	0,000	Valid
	P47	0,524	0,279	0,361	0,000	Valid
	P48	0,557	0,279	0,361	0,000	Valid
	P49	0,155	0,279	0,361	0,284	Tidak Valid
<i>Use Behavior</i>	P50	0,002	0,279	0,361	0,990	Tidak Valid
	P51	0,441	0,279	0,361	0,001	Valid
	P52	0,515	0,279	0,361	0,000	Valid

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel 0,05	r-tabel 0,01	Signifikasi	Keterangan
Use Behavior	P53	0,585	0,279	0,361	0,000	Valid
	P54	-0,147	0,279	0,361	0,307	Tidak Valid
	P55	0,014	0,279	0,361	0,923	Tidak Valid

Hasil uji validitas pretest terhadap 55 pernyataan yang dianalisis menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, diperoleh bahwa sebanyak 38 pernyataan dinyatakan valid, karena memiliki r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0,279 pada signifikansi 5% dan 0,361 pada signifikansi 1%, serta nilai signifikansi p-value kurang dari 0,05, Sementara itu 17 pernyataan dinyatakan tidak valid, karena tidak memenuhi salah satu dari kriteria tersebut.

- Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa pernyataan dalam kuesioner memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data utama. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari 50 responden berdasarkan nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel yang ditunjukkan pada Tabel 4.17

Tabel 4.17 Hasil Reliabilitas Pretest

Jumlah Responden	Jumlah Variabel	Jumlah pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
50	11	55	0,724	Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha diatas 0,6 umumnya dianggap menunjukkan reliabilitas yang baik. Pada hasil ini, nilai total Cronbach's Alpha sebesar 0,724 menunjukan bahwa secara keseluruhan instrumen yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang cukup baik, sehingga dapat digunakan untuk pengambilan data utama.

4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap item dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat. Pengujian ini menggunakan teknik korelasi antara skor setiap pertanyaan dengan skor total variabelnya pada tingkat signifikansi 0,05 dan 0,01, Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap data dari

195 responden menggunakan bantuan python. Suatu pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0,147 untuk tingkat signifikansi 0,05 dan 0,207 untuk tingkat signifikansi 0,01, serta memiliki nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05, Pengujian validitas dengan python dapat dilihat pada gambar Gambar 4.7

```
import pandas as pd
from scipy.stats import pearsonr

# Membaca file Excel untuk data responden dan r-tabel
data_df = pd.read_excel('BismillahLulus.xlsx', sheet_name='Sheet1')
r_table_df = pd.read_excel('R-tabel.xlsx', sheet_name='Sheet1')

# Mengambil data responden (baris 2 hingga akhir) dan kolom P1 sampai P55
data = data_df.iloc[1:, 1:56] # Kolom P1 sampai P55
total_scores = data_df.iloc[1:, -1] # Kolom Total

# Hitung derajat kebebasan (df = n-2), dengan n = 195 responden
n = len(data)
df = n - 2

# Ambil nilai r-tabel untuk df tertentu dan alpha = 0,05 (kolom kedua)
r_table_critical = r_table_df[r_table_df['df (n-2)'] == df].iloc[0, 1] # Mengambil nilai untuk alpha 0,05

# Menghitung korelasi Pearson untuk setiap pernyataan dengan total skor
validity_results = {}
for column in data.columns:
    correlation, _ = pearsonr(data[column], total_scores)
    validity_results[column] = correlation

# Mengonversi hasil ke DataFrame
validity_df = pd.DataFrame.from_dict(validity_results, orient='index', columns=['Correlation'])

# Menambahkan kolom untuk menentukan valid atau tidak valid
validity_df['Valid'] = validity_df['Correlation'] > r_table_critical
# Menampilkan hasil
print("Hasil Uji Validitas (alpha = 0,05):")
print(validity_df)
# Menyimpan hasil ke file Excel
validity_df.to_excel('validity_results_simple.xlsx')
```

Gambar 4.7 Melakukan uji validitas

Sehingga didapatkan hasil uji validitas yang dapat dilihat Tabel 4.18

Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r- hitung	r-tabel 0,05	r-tabel 0,01	Signifikasi	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	P1	0,183	0,140	0,183	0,010	Valid
	P2	0,082	0,140	0,183	0,255	Tidak Valid
	P3	0,049	0,140	0,183	0,493	Tidak Valid
	P4	0,407	0,140	0,183	0,000	Valid
	P5	0,489	0,140	0,183	0,000	Valid
<i>Effort Expectancy</i>	P6	0,214	0,140	0,183	0,003	Valid
	P7	0,078	0,140	0,183	0,280	Tidak Valid
	P8	0,087	0,140	0,183	0,227	Tidak Valid
	P9	0,360	0,140	0,183	0,000	Valid
	P10	0,436	0,140	0,183	0,000	Valid
<i>Social Influence</i>	P11	0,275	0,140	0,183	0,000	Valid
	P12	0,297	0,140	0,183	0,000	Valid
	P13	0,158	0,140	0,183	0,028	Valid
	P14	0,443	0,140	0,183	0,000	Valid
	P15	0,411	0,140	0,183	0,000	Valid
<i>Facilitating Condition</i>	P16	0,175	0,140	0,183	0,014	Valid
	P17	0,098	0,140	0,183	0,000	Tidak Valid
	P18	0,006	0,140	0,183	0,000	Tidak Valid
	P19	0,424	0,140	0,183	0,171	Valid
	P20	0,421	0,140	0,183	0,930	Valid
<i>Hedonic Motivation</i>	P21	0,394	0,140	0,183	0,000	Valid
	P22	0,244	0,140	0,183	0,001	Valid
	P23	0,203	0,140	0,183	0,004	Valid
	P24	0,366	0,140	0,183	0,000	Valid
	P25	0,384	0,140	0,183	0,000	Valid
<i>Habit</i>	P26	0,229	0,140	0,183	0,001	Valid
	P27	0,315	0,140	0,183	0,000	Valid
	P28	0,287	0,140	0,183	0,000	Valid
	P29	0,534	0,140	0,183	0,000	Valid
	P30	0,580	0,140	0,183	0,000	Valid
<i>Price Value</i>	P31	0,260	0,140	0,183	0,000	Valid
	P32	0,205	0,140	0,183	0,004	Valid
	P33	0,173	0,140	0,183	0,016	Valid
	P34	0,449	0,140	0,183	0,000	Valid
	P35	0,347	0,140	0,183	0,000	Valid
Penerimaan Teknologi	P36	0,269	0,140	0,183	0,000	Valid
	P37	0,199	0,140	0,183	0,005	Valid
	P38	0,215	0,140	0,183	0,003	Valid
	P39	0,447	0,140	0,183	0,000	Valid
	P40	0,458	0,140	0,183	0,000	Valid

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel 0,05	r-tabel 0,01	Signifikasi	Keterangan
Motivasi Pengguna	P41	0,249	0,140	0,183	0,000	Valid
	P42	0,261	0,140	0,183	0,000	Valid
	P43	0,195	0,140	0,183	0,006	Valid
	P44	0,338	0,140	0,183	0,000	Valid
	P45	0,504	0,140	0,183	0,000	Valid
<i>Behavioral Intention</i>	P46	0,245	0,140	0,183	0,001	Valid
	P47	0,199	0,140	0,183	0,005	Valid
	P48	0,179	0,140	0,183	0,012	Valid
	P49	0,368	0,140	0,183	0,000	Valid
	P50	0,315	0,140	0,183	0,000	Valid
<i>Use Behavior</i>	P51	0,324	0,140	0,183	0,000	Valid
	P52	0,196	0,140	0,183	0,006	Valid
	P53	0,168	0,140	0,183	0,019	Valid
	P54	0,220	0,140	0,183	0,002	Valid
	P55	0,266	0,140	0,183	0,000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 55 pernyataan, diperoleh bahwa sebagian besar pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r-tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dan 0,01 serta nilai signifikansi (Sig.) yang lebih kecil dari 0,05, Adapun pernyataan yang dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai r-hitung di bawah r-tabel dan nilai signifikansi diatas 0,05 adalah P2, P3, P7, P8, P17, dan P18. Sementara itu, seluruh pernyataan lainnya memenuhi kriteria validitas dan dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya

4.4.2 Uji Validitas Konstruk

Uji validitas konstruk dilakukan untuk menilai sejauh mana setiap indikator pada kuesioner mampu mempresentasikan variabel yang telah ditetapkan. Uji validitas konstruk dilakukan menggunakan teknik analisis faktor eksploratori (*Exploratory Factor Analysis* atau EFA). Analisis ini dilakukan terhadap 195 responden dengan menggunakan Python. Indikator yang digunakan meliputi nilai KMO (*Kaiser Mayer Olkin*). Uji *Barlett's Test of Sphericity*, nilai communalities, persen varians. Serta nilai loading factor pada Rotated Component Matrix. Sebuah pernyataan dianggap valid apabila memiliki loading faktor 0,5 dan termasuk signifikan pada salah satu faktor. Sementara itu, pernyataan yang memiliki loading factor dibawah batas tersebut atau tidak membentuk struktur yang jelas dinyatakan tidak valid. Pengujian validitas konstruk dapat dilihat pada Gambar 4.8

```

pip install factor_analyzer pandas openpyxl
import pandas as pd
from factor_analyzer import FactorAnalyzer, calculate_kmo,
calculate_bartlett_sphericity

# Baca file Excel
df = pd.read_excel("BismillahLulus.xlsx")

# Daftar konstruk dan itemnya (5 item per konstruk)
konstruk_items = {
    "Performance Expectancy": [f"P{i}" for i in range(1, 6)],
    "Effort Expectancy": [f"P{i}" for i in range(6, 11)],
    "Social Influence": [f"P{i}" for i in range(11, 16)],
    "Facilitating Conditions": [f"P{i}" for i in range(16, 21)],
    "Hedonic Motivation": [f"P{i}" for i in range(21, 26)],
    "Habit": [f"P{i}" for i in range(26, 31)],
    "Price Value": [f"P{i}" for i in range(31, 36)],
    "Penerimaan Teknologi": [f"P{i}" for i in range(36, 41)],
    "Motivasi Pengguna": [f"P{i}" for i in range(41, 46)],
    "Behavioral Intention": [f"P{i}" for i in range(46, 51)],
    "Use Behavior": [f"P{i}" for i in range(51, 56)],
}

# Fungsi analisis EFA untuk 2 faktor
def analisis_konstruk(nama, items, n_factors=2):
    data = df[items].dropna()
    kmo_all, kmo_model = calculate_kmo(data)
    chi_sq, p_value = calculate_bartlett_sphericity(data)
    # Tentukan jumlah faktor dari eigenvalue jika tidak disebut
    fa = FactorAnalyzer(n_factors=n_factors, rotation="varimax",
method="principal")
    fa.fit(data)
    communalities = pd.Series(fa.get_communalities(), index=items)
    variance = fa.get_factor_variance()[1]
    loadings = pd.DataFrame(fa.loadings_, index=items,
columns=[f"Faktor {i+1}" for i in
range(n_factors)])
    # Cetak hasil
    print(f"\n=== {nama} ({items[0]} - {items[-1]}) ===")
    print(f"KMO: {kmo_model:.3f}")
    print(f"Bartlett's Test (Sig.): {p_value:.3f}")
    print("\nCommunalities:")
    print(communalities.round(3))
    print(f"\nTotal Variance Explained: {sum(variance)*100:.2f}%")
    print("\nRotated Component Matrix:")
    print(loadings.round(3))

# Jalankan analisis untuk semua konstruk
for nama_konstruk, items_konstruk in konstruk_items.items():
    if nama_konstruk in ["Effort Expectancy", "Price Value",
"Behavioral Intention"]:
        analisis_konstruk(nama_konstruk, items_konstruk, n_factors=1)
    else:
        analisis_konstruk(nama_konstruk, items_konstruk, n_factors=2)

```

Gambar 4.8 Kode uji validitas konstruk

Hasil dari proses uji validitas konstruk ditampilkan dalam Tabel 4.19

Tabel 4.19 Hasil uji validitas konstruk

Variabel	KMO	Bartlett's (sig.)	Communalities	Total Variance (%)	Rotated Component Matrix (Loading Faktor)	Kesimpulan Validitas
<i>Performance Expectancy</i> (P1 - P5)	0,570	0,000	P1: 0,495 P2: 0,704 P3: 0,364 P4: 0,764 P5: 0,633	59,20% (2 faktor)	Faktor 1: P4 (0,872), P5 (0,794) Faktor 2: P1 (0,657), P2 (0,825) P3: tidak signifikan	P1, P2, P4, P5 Valid P3 Tidak Valid
<i>Effort Expectancy</i> (P6 - P10)	0,707	0,000	P6: 0,215 P7: 0,445 P8: 0,481 P9: 0,590 P10: 0,535	45,31% (1 faktor)	Faktor 1: P7 (0,667), P8 (0,693) Faktor 2: P9 (-0,768), P10 (-0,731) P6: tidak signifikan	P7, P8, P9, P10 Valid P6 Tidak Valid
<i>Social Influence</i> (P11 - P15)	0,576	0,000	P11: 0,593 P12: 0,445 P13: 0,521 P14: 0,627 P15: 0,535	62,18% (2 faktor)	Faktor 1: P14 (0,792), P15 (0,854) Faktor 2: P11 (0,768), P12 (0,797) P13: tidak signifikan	P11, P12, P14, P15 Valid P13 Tidak Valid
<i>Facilitating Condition</i> (P16 - P20)	0,639	0,000	P16: 0,673 P17: 0,518 P18: 0,286 P19: 0,707 P20: 0,705	57,80% (2 faktor)	Faktor 1: P19 (0,841), P20 (0,821) Faktor 2: P16 (0,819), P17 (0,687) P18: tidak signifikan	P16, P17, P19, P20 Valid P18 Tidak Valid

Variabel	KMO	Bartlett's (sig.)	Communalities	Total Variance (%)	Rotated Component Matrix (Loading Faktor)	Kesimpulan Validitas
<i>Hedonic Motivation</i> (P21- P25)	0,556	0,000	P21: 0,565 P22: 0,576 P23: 0,483 P24: 0,701 P25: 0,701	60,16% (2 faktor)	Faktor 1: P24 (0,836), P25 (0,853) Faktor 2: P21 (0,731), P22 (0,696), P23 (0,626)	P21, P22, P23, P24, P25 Valid
<i>Habit</i> (P26 - P30)	0,539	0,000	P26: 0,560 P27: 0,576 P28: 0,483 P29: 0,781 P30: 0,750	62,98% (2 faktor)	Faktor 1: P26 (0,732), P27 (0,753), P28 (0,688) Faktor 2: P29 (0,883), P30 (0,863)	P26, P27, P28, P29, P30 Valid
<i>Price Value</i> (P31 - P35)	0,685	0,000	P31: 0,297 P32: 0,558 P33: 0,380 P34: 0,372 P35: 0,647	45,09% (1 faktor)	Faktor 1: P31 (0,545), P32 (0,747), P33 (0,616), P34(- 0,610), P35 (-0,804)	P31, P32, P33, P34, P35 Valid
Penerimaan Teknologi (P36- P40)	0,622	0,000	P36: 0,602 P37: 0,403 P38: 0,563 P39: 0,740 P40: 0,748	61,67% (2 faktor)	Faktor 1: P36 (0,872), P37 (0,794), P38 (0,746) Faktor 2: P39 (0,849), P40 (0,859)	P36, P37, P38, P39, P40 Valid
Motivasi Pengguna (P41 - P45)	0,526	0,000	P41: 0,689 P42: 0,638 P43: 0,271 P44: 0,597 P45: 0,718	58,26% (2 faktor)	Faktor 1: P41 (0,822), P42 (0,777) Faktor 2: P43(- 0,521), P44(- 0,566), P45 (-0,748)	P41, P42, P44, P45 Valid, P43 Tidak Valid

Variabel	KMO	Bartlett's (sig.)	Communalities	Total Varians (%)	Rotated Component Matrix (Loading Faktor)	Kesimpulan Validitas
Behavioral Intention (P46 - P50)	0,737	0,000	P46: 0,413 P47: 0,454 P48: 0,433 P49: 0,573 P50: 0,560	48.64% (1 faktor)	Faktor 1: P46 (0,642), P47 (0,674), P48 (0,658) , P49 (-0,757), P50 (-0,748)	P46, P47, P48, P49, P50 Valid
Use Behavior (P51 - P55)	0,470	0,000	P51: 0,366 P52: 0,605 P53: 0,470 P54: 0,723 P55: 0,784	58.96% (2 faktor)	Faktor 1: P54 (0,847), P55 (0,884) Faktor 2: P51 (0,593), P52 (0,771), P55 (0,682)	P51, P52, P53, P54, P55 Valid

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 4.19 diketahui bahwa sebagian besar pernyataan dalam kuesioner memenuhi kriteria validitas yang baik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai KMO yang berada di atas 0,5 dan signifikansi bartlett's test yang berada pada 0,000, yang menandakan bahwa data layak untuk dianalisis. Sebagian besar pernyataan menunjukkan nilai communalities diatas 0,4 dan memiliki loading factor yang cukup tinggi pada faktor yang dibentuk. Namun, terdapat beberapa pernyataan yang tidak memenuhi kriteria, seperti P3, P6, P13, P17, dan P43, yang dinyatakan tidak valid karena nilai loading faktor rendah atau tidak signifikan

4.4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian menghasilkan data yang konsisten dan stabil jika diukur dalam kondisi yang serupa. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang merupakan salah satu teknik paling umum digunakan untuk menguji konsistensi antar item dalam satu konstruk. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha, maka semakin tinggi tingkat keandalan instrumen tersebut. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,6, Pengujian ini dilakukan terhadap 195 responden dengan menggunakan python, proses pengujiannya ditampilkan pada Gambar 4.9

```

import pandas as pd
import numpy as np

# Baca file Excel
df = pd.read_excel('BismillahLulus.xlsx')

# Tampilkan 5 baris awal untuk cek isi data
print(df.head())

# Ambil hanya kolom numerik (skala Likert)
df_numeric = df.select_dtypes(include='number')
# Fungsi Cronbach's Alpha
def cronbach_alpha(df):
    k = df.shape[1]
    item_variances = df.var(axis=0, ddof=1)
    total_score = df.sum(axis=1)
    total_variance = total_score.var(ddof=1)
    alpha = (k / (k - 1)) * (1 - item_variances.sum() /
total_variance)
    return alpha

# Hitung alpha
alpha = cronbach_alpha(df_numeric)
print(f"Cronbach's Alpha: {alpha:.3f}")

```

Gambar 4.9 Kode uji reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.20

Tabel 4.20 Hasil uji reliabilitas

Jumlah Responden	Jumlah Variabel	Jumlah pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
195	11	55	0,711	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,711 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik. Nilai tersebut berada diatas ambang batas minimum 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner bersifat reliabel dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel-variabel penelitian secara konsisten.

4.5 Analisis Statistik

4.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini mencakup pengukuran nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum dan maksimum, serta standar deviasi untuk setiap variabel yang diteliti. Nilai rata-rata (*mean*) digunakan untuk melihat tingkat kecenderungan sikap responden, sedangkan standar deviasi menggambarkan tingkat penyebaran atau keragaman jawaban. Penjelasan rata-rata (*mean*) didasarkan pada skala Likert 1-5, dimana nilai > 3 menunjukkan kecenderungan setuju, dan < 3 menunjukkan kecenderungan tidak setuju terhadap pernyataan dalam kuesioner. Untuk menentukan kategori interpretasi skor, digunakan persamaan interval 4.2

$$I = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} \quad (4.2)$$

$$I = \frac{(5 - 1)}{5}$$

$$I = 0,80$$

Dengan demikian, diperoleh interval kategori sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju
- 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju
- 2,61 – 3,40 = Netral / Ragu – ragu
- 3,41 – 4,20 = Setuju
- 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

Pengujian pada analisis deskriptif dapat dilihat pada Gambar 4.10

```
import pandas as pd
# Baca data
df = pd.read_excel('BismillahLulus.xlsx')
df_numeric = df.select_dtypes(include='number')
# Daftar konstruk
variables = [
    "Performance Expectancy",
    "Effort Expectancy",
    "Social Influence",
    "Facilitating Conditions",
    "Hedonic Motivation",
    "Habit",
    "Price Value",
    "Penerimaan Teknologi",
    "Motivasi Pengguna",
    "Behavioral Intention",
    "Use Behavior" ]
descriptive_stats = []
```

```

# Setiap 5 kolom = 1 konstruk
for i, var in enumerate(variables):
    start_col = i * 5
    end_col = start_col + 5
    subset = df_numeric.iloc[:, start_col:end_col]
    mean = subset.mean(axis=1).mean()
    std_dev = subset.mean(axis=1).std()
    minimum = subset.min().min()
    maximum = subset.max().max()
    descriptive_stats.append({
        "Variabel": var,
        "Mean": round(mean, 3),
        "Min": round(minimum, 2),
        "Max": round(maximum, 2),
        "Standar Deviasi": round(std_dev, 3)
    })

# Tampilkan hasil
descriptive_df = pd.DataFrame(descriptive_stats)
print(descriptive_df)

```

Gambar 4.10 Kode analisis deskriptif

Sehingga diperoleh Hasil analisis deskriptif dari masing-masing variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.21

Tabel 4.21 Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Mean	Min	Max	Standar Deviasi
<i>Performance expectancy</i>	195	3,618	1	5	0,508
<i>Effort expectancy</i>	195	3,346	1	5	0,453
<i>Social influence</i>	195	3,662	1	5	0,531
<i>Facilitating condition</i>	195	3,537	1	5	0,474
<i>Hedonic motivation</i>	195	3,533	1	5	0,475
<i>Habit</i>	195	3,457	1	5	0,664
<i>Price value</i>	195	3,556	1	5	0,485
Penerimaan teknologi	195	3,556	1	5	0,501
Motivasi pengguna	195	3,479	1	5	0,534
<i>Behavioral intention</i>	195	3,497	1	5	0,466
<i>Use behavior</i>	195	3,811	1	5	0,580

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel penelitian yang ditunjukkan pada Tabel 4.21, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* memiliki nilai mean sebesar 3,618 dengan standar deviasi 0,508, yang berada dalam rentang kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung merasa bahwa penggunaan teknologi dalam *game Mobile Legends* dapat meningkatkan performa mereka.

2. *Effort expectancy* menunjukkan nilai rata-rata 3,346 dan standar deviasi 0,453 yang termasuk ke dalam kategori setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa responden menilai *game Mobile Legends* mudah untuk dimainkan dan tidak membutuhkan usaha yang berlebihan dalam penggunaannya.
3. *Social influence*, memiliki nilai rata-rata 3,662 dengan standar deviasi 0,531, yang termasuk ke dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, seperti teman atau komunitas, dapat mendorong responden untuk memainkan *game* tersebut.
4. *Facilitating condition* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,537 dengan standar deviasi 0,474, yang berada dalam kategori setuju. Hal ini mencerminkan bahwa responden merasa didukung oleh fasilitas atau sarana yang memadai dalam mengakses dan memainkan *game Mobile Legends*
5. *Hedonic motivation* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,533 dengan standar deviasi 0,475, yang berada dalam kategori setuju. Ini menandakan bahwa responden merasakan unsur hiburan dan kesenangan saat bermain *game Mobile Legends*.
6. *Habit* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,457 dengan standar deviasi 0,664, yang berada dalam kategori setuju. Hal ini menandakan bahwa aktivitas bermain *Mobile Legends* telah menjadi kebiasaan bagi sebagian besar responden.
7. *Price value* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,556 dengan standar deviasi 0,485, yang berada dalam kategori setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat yang diperoleh dari *game* ini sebanding dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan.
8. Penerimaan Teknologi memiliki nilai rata-rata sebesar 3,556, dengan standar deviasi 0,501, yang berada dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung menerima penggunaan teknologi dalam konteks permainan dengan sikap yang positif.
9. Motivasi Pengguna memiliki nilai rata-rata sebesar 3,479 dengan standar deviasi 0,534, yang berada dalam kategori setuju. Hal ini mencerminkan bahwa responden memiliki dorongan, baik secara internal maupun eksternal, untuk memainkan *Mobile Legends*.
10. *Behavioral intention* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,497 dengan standar deviasi 0,466, yang berada dalam kategori setuju. Ini menunjukkan bahwa responden memiliki niat yang kuat untuk terus menggunakan atau memainkan *game* tersebut di masa yang akan datang.

11. *Use behavior* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,811 dengan standar deviasi 0,580, yang berada dalam kategori setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden secara aktif menggunakan dan memainkan *game Mobile Legends* secara konsisten

4.5.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial dilakukan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *habit*, *price value* terhadap variabel dependen, yaitu penerimaan teknologi, motivasi pengguna, *behavioral intention*, dan *use behavior*. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana konstruk gamifikasi yang digunakan ke dalam model UTAUT2 berpengaruh terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna dalam penggunaan *game Mobile Legends*. Yang memungkinkan untuk melihat pengaruh simultan dari seluruh variabel independen terhadap masing-masing variabel dependen. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis regresi linier berganda, uji F (signifikansi simultan), dan uji t (signifikansi parsial), yang akan dijelaskan sebagai berikut:

A. Regresi linier berganda

Pengujian regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen yang telah ditentukan dalam penelitian. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan Python, yang memungkinkan pengolahan data secara efisien dan akurat. Pada tahap ini, dilakukan beberapa pengujian regresi sesuai dengan hubungan antar variabel dalam kerangka model UTAUT2 yang telah disesuaikan dengan konteks gamifikasi dalam *game Mobile Legends*. Proses pengujian regresi linier berganda dapat dilihat pada Gambar 4.11

```
import pandas as pd
import statsmodels.api as sm
import numpy as np
# Baca file Excel
df = pd.read_excel("BismillahLulus.xlsx")
df_numeric = df.select_dtypes(include='number')
# Daftar nama konstruk dan pembagian kolom (masing-masing 5 item)
construct_names = [
    "PE_rata", "EE_rata", "SI_rata", "FC_rata", "HM_rata",
    "HB_rata", "PV_rata",
    "PT_rata", "MP_rata", "BI_rata", "UB_rata"]
# Buat DataFrame rata-rata per konstruk
df_construct = pd.DataFrame()
```

```

for i, name in enumerate(construct_names):
    start = i * 5
    end = start + 5
    df_construct[name] = df_numeric.iloc[:, start:end].mean(axis=1)
# Daftar hubungan X → Y
regression_specs = [
    ("BI_rata", ["PE_rata", "EE_rata", "SI_rata", "FC_rata", "HM_rata",
"HB_rata", "PV_rata"]),
    ("UB_rata", ["BI_rata"]),
    ("UB_rata", ["HB_rata"]),
    ("MP_rata", ["HM_rata"]),
    ("PT_rata", ["FC_rata"]),
    ("MP_rata", ["HB_rata"]),]
# Jalankan regresi
results = []
for dep_var, indep_vars in regression_specs:
    Y = df_construct[dep_var]
    X = df_construct[indep_vars]
    X = sm.add_constant(X)
    model = sm.OLS(Y, X).fit()
    se_model = np.sqrt(np.sum(model.resid ** 2) / model.df_resid)
    Wresults.append({
        "Variabel Dependen": dep_var,
        "Variabel Independen": ", ".join(indep_vars),
        "R2": round(model.rsquared, 3),
        "Adjusted R2": round(model.rsquared_adj, 3),
        "Standard Error": round(se_model, 3)})
# Tampilkan hasil
results_df = pd.DataFrame(results)
print(results_df)

```

Gambar 4.11 Pengujian regresi linier berganda

Hasil regresi linier berganda tersebut disajikan dalam Tabel 4.22. Tabel ini menampilkan nilai koefisien determinasi (R^2), adjusted R^2 , serta standard error dari masing-masing model regresi

Tabel 4.22 Hasil regresi linier berganda

Variabel dependen	Variabel Independen	R ²	Adjusted R ²	Standard Error
<i>Behavioral intention</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit, price value</i>	0,342	0,317	0,385
<i>Use behavior</i>	<i>Behavioral intention</i>	0,035	0,030	0,571
<i>Use behavior</i>	<i>Habit</i>	0,093	0,093	0,553
Motivasi pengguna	<i>Hedonic motivation</i>	0,136	0,136	0,498
Penerimaan teknologi	<i>Facilitating conditions</i>	0,191	0,191	0,452
Motivasi pengguna	<i>Habit</i>	0,241	0,237	0,466

Berdasarkan hasil regresi linier berganda tersebut dapat disimpulkan:

a. Pengaruh variabel independen UTAUT2 terhadap *behavioral intention*

Hasil analisis menunjukkan bahwa ketujuh variabel independen tersebut secara simultan berpengaruh terhadap *behavioral intention* dengan nilai R² sebesar 0,342 dan Adjusted R² sebesar 0,31, Hal ini menunjukkan bahwa 34,2% variasi pada *behavioral intention*, dapat dijelaskan oleh ketujuh variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Nilai Standard Error sebesar 0,385 mengindikasikan tingkat penyimpangan rata-rata prediksi model terhadap data aktual.

b. Pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*

Hasil regresi menunjukkan bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap *use behavior*, dengan nilai R² sebesar 0,035 dan adjusted R² sebesar 0,30, Hal ini mengindikasikan bahwa hanya 3,5% variasi dalam perilaku penggunaan dapat dijelaskan oleh niat perilaku, nilai standard error sebesar 0,571 menunjukkan adanya penyimpangan prediksi yang cukup besar

c. Pengaruh *habit* terhadap use behavior

Variabel *habit* ditemukan memiliki pengaruh use behavior dengan R^2 sebesar 0,093, yang berarti bahwa 9,3% variasi perilaku penggunaan dapat dijelaskan oleh kebiasaan pengguna dalam bermain *game*. Nilai adjusted R^2 sebesar 0,093, dengan standard error sebesar 0,0553, Nilai ini menunjukkan adanya penyimpangan yang relatif tinggi, sehingga, model memiliki akurasi prediksi yang masih terbatas dalam menjelaskan variabel dependen

d. Pengaruh *hedonic motivation* terhadap motivasi pengguna

Hedonic motivation atau motivasi hedonis menunjukkan pengaruh terhadap motivasi pengguna, dengan R^2 sebesar 0,136 dan adjusted R^2 sebesar 0,136, Hal ini menunjukkan bahwa 13,6 % variasi motivasi pengguna dapat dijelaskan oleh kesenangan yang dirasakan saat bermain *game Mobile Legends*. Nilai standard error sebesar 0,498 menunjukkan penyimaan model yang sedang, yang berarti model ini cukup menjelaskan hubungan, meskipun masih bisa ditingkatkan akurasinya

e. Pengaruh *facilitating condition* terhadap penerimaan teknologi

Facilitating condition memiliki pengaruh terhadap penerimaan teknologi, dengan R^2 sebesar 0,191, yang berarti 19,1% variasi penerimaan teknologi dapat dijelaskan oleh kondisi pendukung seperti ketersediaan perangkat, koneksi internet, atau akses teknologi. Nilai adjusted R^2 sebesar 0,191, dengan standard error sebesar 0,452, yang mencerminkan tingkat penyimpangan yang sedang, menandakan bahwa model cukup mampu memprediksi variabel dependen dengan tingkat kesalahan yang dapat diterima

f. Pengaruh *habit* terhadap motivasi pengguna

Hasil regresi menunjukkan bahwa *habit* berpengaruh terhadap motivasi pengguna, dengan R^2 sebesar 0,241 dan adjusted R^2 sebesar 0,237, Artinya 24,1% variasi motivasi pengguna dapat dijelaskan oleh kebiasaan dalam menggunakan atau bermain *game Mobile Legends*. Nilai standard error sebesar 0,446 menunjukkan adanya tingkat penyimpangan yang termasuk sedang. Mengindikasikan bahwa model memiliki keakuratan prediksi yang cukup baik namun belum optimal

B. Uji F (Signifikansi Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengukur signifikansi pengaruh secara simultan dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yang diteliti. Proses pengujian dilakukan dengan menggunakan python, proses pengujian dapat dilihat pada Gambar 4.12

```
import pandas as pd
import statsmodels.api as sm
import numpy as np

# Baca file Excel
df = pd.read_excel("BismillahLulus.xlsx")
df_numeric = df.select_dtypes(include='number')
# Daftar nama konstruk dan pembagian kolom (masing-masing 5 item)
construct_names = [
    "PE_rata", "EE_rata", "SI_rata", "FC_rata", "HM_rata",
    "HB_rata", "PV_rata",
    "PT_rata", "MP_rata", "BI_rata", "UB_rata" ]

# Buat DataFrame rata-rata per konstruk
df_construct = pd.DataFrame()
for i, name in enumerate(construct_names):
    start = i * 5
    end = start + 5
    df_construct[name] = df_numeric.iloc[:, start:end].mean(axis=1)
# Daftar hubungan X → Y
regression_specs = [
    ("BI_rata", ["PE_rata", "EE_rata", "SI_rata", "FC_rata",
    "HM_rata", "HB_rata", "PV_rata"]),
    ("UB_rata", ["BI_rata"]),
    ("UB_rata", ["HB_rata"]),
    ("MP_rata", ["HM_rata"]),
    ("PT_rata", ["FC_rata"]),
    ("MP_rata", ["HB_rata"]),]
# Jalankan regresi
results = []
for dep_var, indep_vars in regression_specs:
    Y = df_construct[dep_var]
    X = df_construct[indep_vars]
    X = sm.add_constant(X)
    model = sm.OLS(Y, X).fit()
    se_model = np.sqrt(np.sum(model.resid ** 2) / model.df_resid)
    results.append({
        "Variabel Dependen": dep_var,
        "Variabel Independen": ", ".join(indep_vars),
        "R2": round(model.rsquared, 3),
        "Adjusted R2": round(model.rsquared_adj, 3),
        "Standard Error": round(se_model, 3)
    })
# Tampilkan hasil
results_df = pd.DataFrame(results)
print(results_df)
```

Gambar 4.12 Melakukan uji F

Berdasarkan kode tersebut dapat diperoleh hasil uji F secara simultan dapat disajikan dalam Tabel 4.23

Tabel 4.23 Hasil uji F

Variabel dependen	Variabel Independen	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
<i>Behavioral intention</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit, price value</i>	14,418	7	2,060	13,869	0,000
Penerimaan teknologi	<i>Facilitating conditions</i>	9,317	1	9,317	45,501	0,000
Motivasi pengguna	<i>Habit</i>	13,374	1	13,375	61,331	0,000
	<i>Hedonic Motivation</i>	7,569	1	7,569	30,499	0,000
<i>Use behavior</i>	<i>Behavioral intention</i>	2,288	1	2,288	7,010	0,000
	<i>Habit</i>	6,091	1	6,091	19,856	0,000

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengaruh variabel independen UTAUT2 terhadap *behavioral intention*

Hasil uji F menunjukkan bahwa kombinasi tujuh variabel independen, yaitu *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit, dan price value*, secara simultan berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Nilai F yang diperoleh sebesar 13,869 dengan signifikansi sebesar 0,000, yang berada jauh dibawah ambang batas signifikansi 0,05, Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut layak untuk digunakan dan bahwa ketujuh variabel tersebut secara simultan memiliki peran penting dalam membentuk keinginan pengguna dalam memainkan *game Mobile Legends*.

b. Pengaruh *facilitating condition* terhadap penerimaan teknologi

Uji F menghasilkan nilai F sebesar 45,501 dengan signifikansi sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Ini berarti bahwa tersedianya dukungan seperti perangkat yang memadai,

koneksi internet, dan kemudahan akses lainnya berpengaruh penting dalam meningkatkan penerimaan pengguna terhadap teknologi *game* yang digunakan

c. Pengaruh *habit* terhadap motivasi pengguna

Pengaruh *habit* atau kebiasaan terhadap motivasi pengguna terbukti signifikan, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai F sebesar 61,331 dan signifikansi sebesar 0,000, Yang artinya semakin kuat kebiasaan pengguna dalam memainkan *game Mobile Legends*, maka semakin tinggi pula tingkat motivasi mereka untuk terus menggunakannya. Kebiasaan ini bisa mencakup rutinitas bermain harian, berpartisipasi dalam *event*, atau ketertarikan emosional terhadap permainan

d. Pengaruh *hedonic motivation* terhadap motivasi pengguna

Hasil uji F menunjukkan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap motivasi pengguna, dengan nilai F sebesar 30,499 dan signifikansi sebesar 0,000, Hal ini menandakan bahwa kesenangan dan kebahagiaan yang dirasakan pengguna saat bermain memiliki peran penting dalam meningkatkan motivasi mereka untuk terus bermain

e. Pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*

Pengujian regresi menunjukkan bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior*, meskipun nilai F yang diperoleh relatif rendah, yaitu 7,010, namun tetap signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, Hal ini berarti bahwa niat untuk menggunakan teknologi memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *game*, meskipun tidak sebesar pengaruhnya terhadap variabel lain seperti penerimaan atau motivasi pengguna

f. Pengaruh *habit* terhadap *use behavior*

Variabel *habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *use behavior*, dengan nilai F sebesar 19,856 dan signifikansi sebesar 0,000, Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan bermain *game* yang telah terbentuk secara konsisten dapat mendorong perilaku penggunaan yang berkelanjutan, menggambarkan bahwa pengguna yang sudah terbiasa bermain akan lebih cenderung terus menggunakan *game* tersebut secara rutin

C. Uji t (signifikansi parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini. Pengujian ini dilakukan pada signifikansi 0,05, yang berarti bahwa suatu variabel dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi p-value < 0,05, Dalam penelitian ini,

pengujian dilakukan dengan menggunakan python untuk memperoleh nilai koefisien regresi, nilai t serta signifikansi (p-value) dari masing-masing variabel independen. Proses pengujian dengan python dapat dilihat pada Gambar 4.13

```
import pandas as pd
import statsmodels.api as sm
from collections import defaultdict

# Baca file Excel
df = pd.read_excel("BismillahLulus.xlsx")
df_numeric = df.select_dtypes(include='number')

# Definisikan nama konstruk (masing-masing 5 item berurutan)
constructs = [
    "PE", "EE", "SI", "FC", "HM", "HB", "PV",
    "PT", "MP", "BI", "UB"
]

# Hitung rata-rata tiap konstruk
df_construct = pd.DataFrame()
for i, name in enumerate(constructs):
    df_construct[f"{name}_rata"] = df_numeric.iloc[:,
i*5:(i+1)*5].mean(axis=1)

# Hubungan X ke Y
regression_specs = [
    ("BI_rata", ["PE_rata", "EE_rata", "SI_rata", "FC_rata",
"HM_rata", "HB_rata", "PV_rata"]),
    ("PT_rata", ["FC_rata"]),
    ("MP_rata", ["HM_rata"]),
    ("MP_rata", ["HB_rata"]),
    ("UB_rata", ["BI_rata"]),
    ("UB_rata", ["HB_rata"]),
]

# Jalankan model dan simpan hasil
grouped_results = defaultdict(list)

for dep_var, indep_vars in regression_specs:
    X = df_construct[indep_vars].copy()
    X = sm.add_constant(X)
    y = df_construct[dep_var]
    model = sm.OLS(y, X).fit()
    std_X = X.iloc[:, 1:].std()
    std_Y = y.std()
    for var in ["const"] + indep_vars:
        b = model.params[var]
        se = model.bse[var]
        t_val = model.tvalues[var]
        p_val = model.pvalues[var]
        beta = "" if var == "const" else round((b * std_X.get(var, 0))
/ std_Y, 3)
```

```

kesimpulan = "Signifikan (p < 0,05)" if p_val < 0,05 else "Tidak
Signifikan (p > 0,05)"
    grouped_results[dep_var].append({
        "Variabel Independen": "Constant" if var == "const" else var,
        "B": round(b, 3),
        "Standard Error": round(se, 3),
        "Beta": beta,
        "t": round(t_val, 3),
        "sig t": round(p_val, 3),
        "t-test Conclusion": Kesimpulan })

# Buat tabel per variabel dependen
grouped_results_tables = {dep: pd.DataFrame(rows) for dep, rows
in grouped_results.items()}
# Tampilkan semua hasil regresi untuk setiap variabel dependen
for dep_var, result_df in grouped_results_tables.items():
    print(f"\n=== Hasil Regresi untuk Variabel Dependen: {dep_var}
===")
    print(result_df.to_string(index=False))
#Simpan file ke excel
with pd.ExcelWriter("hasil_regresi_lengkap.xlsx") as writer:
    for dep_var, result_df in grouped_results_tables.items():
        result_df.to_excel(writer, sheet_name=dep_var, index=False)

```

Gambar 4.13 Melakukan uji t

Hasil uji t berdasarkan pengujian tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.24

Tabel 4.24 Hasil uji t

Variabel dependen	Variabel Independen	B	Standard Error	Beta	t	sig t	t-test Conclusion
Behavioral intention	Constant	0,868	0,301		2,884	0,004	Signifikan (p < 0,05)
	Performance expectancy	0,056	0,065	0,061	0,860	0,391	Tidak Signifikan (p > 0,05)
	Effort expectancy	0,001	0,071	0,001	0,011	0,992	Tidak Signifikan (p > 0,05)
	Social influence	0,113	0,065	0,129	1,751	0,082	Tidak Signifikan (p > 0,05)
	Facilitating condition	0,184	0,067	0,188	2,755	0,006	Signifikan (p < 0,05)
	Hedonic motivation	0,051	0,073	0,052	0,701	0,484	Tidak Signifikan (p > 0,05)
	Habit	0,165	0,050	0,235	3,317	0,001	Signifikan (p < 0,05)
	Price value	0,171	0,070	0,178	2,445	0,015	Signifikan (p < 0,05)

Variabel dependen	Variabel Independen	B	Standard Error	Beta	t	sig t	t-test Conclusion
<i>Penerimaan teknologi</i>	<i>Constant</i>	1,922	0,245		7,856	0,000	Signifikan (p < 0,05)
	<i>Facilitating condition</i>	0,462	0,069	0,437	6,745	0,000	Signifikan (p < 0,05)
<i>Motivasi pengguna</i>	<i>Constant</i>	2,012	0,268		7,505	0,000	Signifikan (p < 0,05)
	<i>Hedonic Motivation</i>	0,415	0,075	0,491	5,523	0,000	Signifikan (p < 0,05)
	<i>Constant</i>	2,112	0,178		5,523	0,000	Signifikan (p < 0,05)
	<i>Habit</i>	0,395	0,050	0,491	7,831	0,000	Signifikan (p < 0,05)
<i>Use behavior</i>	<i>Constant</i>	2,997	0,310		9,656	0,000	Signifikan (p < 0,05)
	<i>Behavioral Intention</i>	0,233	0,088	0,187	2,648	0,000	Signifikan (p < 0,05)
	<i>Constant</i>	2,889	0,211		13,709	0,000	Signifikan (p < 0,05)
	<i>Habit</i>	0,267	0,060	0,305	4,456	0,000	Signifikan (p < 0,05)

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Pengaruh variabel independen UTAUT2 terhadap *behavioral intention*

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* dalam memainkan *game Mobile Legends* dengan signifikansi sebesar 0,391 lebih besar dari 0,05, artinya persepsi pengguna terhadap peningkatan kinerja akibat memainkan *game Mobile Legend* tidak secara langsung mendorong niat mereka untuk terus bermain. Pada *effort expectancy* tidak menunjukkan pengaruh signifikan dimana signifikansi sebesar 0,992 lebih besar dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan *game* tidak secara langsung mempengaruhi niat pengguna dalam bermain. Variabel *social influence* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* signifikansi sebesar 0,082 lebih besar dari 0,05, sehingga dorongan dari orang lain atau lingkungan sosial tidak terlalu mempengaruhi keputusan pengguna untuk memainkan *game Mobile Legends*. Sebaliknya *facilitating condition* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* yang memiliki signifikansi sebesar 0,06 lebih kecil daripada 0,05, menunjukkan bahwa ketersediaan sumber daya dan dukungan teknis berperan penting dalam membentuk niat pengguna untuk bermain. Sementara itu, *hedonic motivation* tidak memberikan pengaruh

yang signifikan terhadap niat perilaku dengan signifikansi sebesar 0,484 lebih besar dari 0,05, sehingga kesenangan yang dirasakan saat bermain tidak cukup untuk mendorong keinginan bermain secara langsung. Namin *habit* terbukti memiliki pengaruh signifikan dengan signifikansi sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa kebiasaan bermain yang sudah terbentuk mendorong pengguna untuk terus memainkan *game* secara konsisten. Variabel *price value* berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention dengan signifikansi sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05, yang berarti persepsi terhadap keuntungan biaya memainkan *game* berperan memengaruhi niat pengguna untuk bermain.

2. Pengaruh *facilitating condition* terhadap penerimaan teknologi

Variabel *facilitating condition* menunjukkan pengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, Hal ini berarti bahwa pengguna merasa memiliki dukungan yang memadai, baik dalam bentuk perangkat, jaringan, maupun lingkungan yang mendukung mereka, maka mereka akan lebih mudah menerima dan menggunakan teknologi dalam *game Mobile Legends* secara optimal.

3. Pengaruh *habit* terhadap motivasi pengguna

Hedonic motivation memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi pengguna dengan signifikansi sebesar 0,000 dibawah 0,05, Hal ini menunjukkan bahwa kesenangan dan hiburan yang diperoleh saat bermain *Mobile Legends* dapat meningkatkan motivasi pengguna untuk terus memainkan *game* tersebut. Faktor kesenangan menjadi aspek penting dalam menjaga keterlibatan pemain.

4. Pengaruh *hedonic motivation* terhadap motivasi pengguna

Variabel *habit* berpengaruh signifikan terhadap motivasi pengguna dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan bermain yang telah terbentuk secara berulang dapat memperkuat motivasi pengguna. Dengan adanya pola bermain yang rutin, pemain cenderung memiliki dorongan yang lebih besar untuk terus melibatkan diri dalam aktivitas bermain.

5. Pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*

Behavioral intention memiliki pengaruh yang signifikan terhadap use behavior atau perilaku penggunaan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, Artinya, semakin besar niat pengguna untuk bermain, maka semakin besar juga kemungkinan mereka memainkan *game Mobile Legends* secara aktif. Hal ini menunjukkan adanya keterikatan yang kuat antara niat dan perilaku pengguna dalam menggunakan *game*.

6. Pengaruh *habit* terhadap use behavior

Variabel *habit* menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *use behavior* dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, Kebiasaan yang terbentuk mendorong pengguna untuk terus memainkan *game* secara konsisten, yang menunjukkan bahwa aktivitas bermain telah menjadi bagian dari aktivitas rutin harian mereka.

4.6 Pembahasan

1. H1: *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 (H1) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 0,860 yang lebih rendah dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,391 yang merupakan nilai lebih besar dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif yang lemah ($B = 0,056$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa performance expectancy tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap behavioral intention dalam konteks permainan Mobile Legends, sehingga hipotesis H1 ditolak. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa performance expectancy memiliki rata-rata 3,618 (kategori "setuju") dengan standar deviasi 0,508, yang mencerminkan bahwa responden cenderung setuju bahwa Mobile Legends dapat meningkatkan performa mereka, seperti dalam hal kerja sama tim, strategi, dan pengambilan keputusan yang cepat. Indikator performance expectancy seperti peningkatan produktivitas, pencapaian tujuan kemenangan, penyelesaian masalah cepat, dan kerja sama tim yang efektif diakui oleh responden sebagai bagian dari pengalaman bermain. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ong et al. (2023), yang menunjukkan bahwa performance expectancy tidak signifikan karena Mobile Legends dianggap sebagai aktivitas rekreasi, bukan untuk meningkatkan produktivitas atau pencapaian akademik.

2. H2: *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 (H2) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 0,011 yang lebih rendah dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,992 yang merupakan nilai lebih besar dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah pengaruh positif yang sangat lemah ($B = 0,001$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa effort expectancy tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap behavioral intention dalam konteks permainan Mobile Legends, sehingga hipotesis H2

ditolak. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa effort expectancy memiliki rata-rata 3,346 (kategori "setuju") dengan standar deviasi 0,453, yang mencerminkan bahwa responden cenderung setuju bahwa Mobile Legends mudah digunakan. Indikator effort expectancy seperti “kenyamanan saat bermain”, “kejernihan dalam memahami cara bermain”, “kecepatan dalam menguasai permainan”, dan “instruksi permainan yang jelas dan mudah dipahami” diakui oleh responden, menunjukkan bahwa fitur seperti antarmuka sederhana, joystick virtual yang intuitif, dan panduan tutorial dalam game memudahkan pemula untuk beradaptasi dengan cepat. Sejalan dengan penelitian Ong et al. (2023) yang menyatakan bahwa effort expectancy tidak signifikan, hal ini dijelaskan karena pengguna game Mobile Legends cenderung terlibat dalam permainan karena tantangan strategis dan kompetitif yang ditawarkan sehingga persepsi kemudahan penggunaan tidak menjadi faktor utama yang mendorong niat mereka untuk terus bermain.

3. H3: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 (H3) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 1,751 yang lebih rendah dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,082 yang merupakan nilai lebih besar dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,113$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa social influence tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap behavioral intention dalam konteks permainan Mobile Legends, sehingga hipotesis H3 ditolak. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa social influence memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden mengakui adanya pengaruh dari lingkungan sosial, seperti teman atau komunitas, dalam memainkan game. Indikator social influence seperti dorongan dari teman, keluarga, atau komunitas online diakui oleh responden sebagai bagian dari pengalaman bermain, terutama melalui fitur seperti mode tim 5v5 dan interaksi di media sosial. Namun, elemen gamifikasi seperti leaderboard, event, dan achievement lebih dipandang sebagai motivator intrinsik kompetitif daripada dipengaruhi oleh tekanan sosial eksternal, sehingga pengaruh sosial tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi niat pengguna untuk terus bermain. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Rahma (2025), yang menemukan bahwa social influence tidak berpengaruh terhadap behavioral intention. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa norma sosial dan tekanan dari lingkungan sekitar belum tentu menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan individu untuk menggunakan teknologi.

4. H4: *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 4 (H4) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2,445 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,015 yang merupakan nilai lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,171$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *price value* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *behavioral intention* dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H4 diterima. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *price value* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden menganggap manfaat yang diperoleh dari bermain *Mobile Legends* sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, seperti pembelian *in-game* item atau skin. Indikator *price value* seperti persepsi terhadap keterjangkauan biaya, nilai manfaat dari pembelian, dan kepuasan terhadap investasi dalam permainan diakui oleh responden sebagai faktor yang mendukung niat mereka untuk terus bermain. Elemen gamifikasi seperti hadiah eksklusif, event terbatas, dan pembelian *skin* atau *hero* memberikan rasa nilai tambah bagi pemain, sehingga mendorong keterlibatan jangka panjang. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Risky dkk. (2024), yang menemukan bahwa *price value* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* teknologi QRIS. Dalam penelitian tersebut, pengguna mempertimbangkan keterjangkauan biaya sebagai faktor yang mendorong penerimaan teknologi.

5. H5: *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 5 (H5) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 0,701 yang lebih rendah dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,484 yang merupakan nilai lebih besar dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif yang lemah ($B = 0,051$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *hedonic motivation* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap *behavioral intention* dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H5 ditolak. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *hedonic motivation* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden merasakan kesenangan saat bermain *Mobile Legends*. Indikator *hedonic motivation* seperti "membuat terhibur", "bermain itu menyenangkan", "memberikan kesenangan", dan "membuat bersemangat" diakui oleh responden sebagai bagian dari daya tarik permainan, yang didukung oleh

elemen seperti grafis yang menarik, efek suara yang memukau, dan pengalaman kompetitif dalam pertandingan. Namun, elemen gamifikasi seperti *leaderboard*, misi harian, dan hadiah eksklusif lebih dianggap sebagai pendorong motivasi kompetitif ketimbang kesenangan semata, sehingga aspek kesenangan tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi niat pengguna untuk terus bermain. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Risky dkk. (2024), yang menyatakan bahwa *hedonic motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* teknologi QRIS. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengguna lebih fokus pada fungsi utama teknologi daripada aspek kesenangan yang ditawarkan.

6. H6: *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 6 (H6) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2,755 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,006 yang merupakan nilai lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,184$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *behavioral intention* dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H6 diterima. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *facilitating condition* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden menganggap ketersediaan infrastruktur teknologi, seperti perangkat mobile yang memadai dan akses internet yang stabil, mendukung pengalaman bermain mereka. Indikator *facilitating condition* seperti ketersediaan perangkat yang kompatibel, koneksi internet yang andal, dan dukungan teknis dalam game (seperti antarmuka yang responsif dan fitur *voice chat* atau *quick chat*) diakui oleh responden sebagai faktor yang memudahkan mereka untuk terus bermain. Elemen gamifikasi seperti *leaderboard* dan event terbatas juga terasa lebih mudah diakses dengan dukungan teknologi yang memadai, sehingga meningkatkan niat pengguna untuk tetap terlibat dalam permainan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ong et al. (2023), yang menyatakan bahwa *facilitating condition* signifikan dengan *behavioral intention*, disebabkan oleh ketersediaan infrastruktur teknologi seperti perangkat mobile yang memadai dan akses internet yang stabil menjadi faktor yang memungkinkan pengguna meningkatkan niat mereka untuk bermain secara konsisten.

7. H7: *Habit* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 7 (H7) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 3,317 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,001 yang merupakan nilai lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,165$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *habit* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *behavioral intention* dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H7 diterima. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *habit* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden telah menjadikan bermain *Mobile Legends* sebagai bagian dari rutinitas mereka. Indikator *habit* seperti "kecenderungan bermain berulang", "dorongan/motivasi dalam bermain", dan "kemudahan akses dan portabilitas" diakui oleh responden sebagai faktor yang memperkuat niat mereka untuk terus bermain. Elemen gamifikasi seperti misi harian, *event* terbatas, dan *leaderboard* turut mendukung pembentukan kebiasaan ini dengan memberikan insentif berulang yang mendorong keterlibatan jangka panjang, didukung oleh kemudahan akses melalui perangkat mobile yang portabel dan fleksibel. Hal ini didukung oleh penelitian Ong et al. (2023), yang menyatakan *habit* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, menurutnya kebiasaan bermain yang telah tertanam dalam rutinitas pengguna menciptakan dorongan alami untuk terus memainkan game *Mobile Legends*, menjadikan kebiasaan sebagai faktor dominan yang memperkuat niat perilaku.

8. H8: *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 8 (H8) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2,648 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang merupakan nilai lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,233$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *use behavior* dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H8 diterima. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *behavioral intention* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden memiliki niat kuat untuk terus bermain *Mobile Legends*. Indikator *behavioral intention* seperti keinginan untuk terus menggunakan game, rencana untuk bermain secara rutin, dan minat untuk berpartisipasi dalam event atau mode permainan diakui oleh responden sebagai faktor yang mendorong perilaku penggunaan

aktif. Elemen gamifikasi seperti *leaderboard*, misi harian, dan hadiah eksklusif memperkuat niat ini dengan memberikan motivasi tambahan untuk tetap terlibat, yang pada akhirnya tercermin dalam frekuensi bermain yang konsisten. Temuan ini sejalan dengan penelitian Adiputra and Arief (2024), yang menyatakan bahwa dalam konteks *esports*, *behavioral intention* merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi *use behavior*, di mana niat untuk bermain game menjadi pendorong kuat perilaku penggunaan game.

9. H9: *Habit* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 9 (H9) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 4,456 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang merupakan nilai lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,267$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *habit* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *use behavior* dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H9 diterima. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *habit* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden telah menjadikan bermain *Mobile Legends* sebagai bagian dari rutinitas mereka. Indikator *habit* seperti "kecenderungan bermain berulang", "dorongan/motivasi dalam bermain", dan "kemudahan akses dan portabilitas" diakui oleh responden sebagai faktor yang memperkuat perilaku penggunaan aktif dalam permainan. Elemen gamifikasi seperti misi harian, *event* terbatas, dan *leaderboard* mendukung pembentukan kebiasaan ini dengan memberikan insentif berulang yang mendorong keterlibatan jangka panjang, didukung oleh kemudahan akses melalui perangkat mobile yang portabel dan fleksibel. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Piarna dan Fathurohman (2020), yang menyebutkan adanya pengaruh yang signifikan antara *habit* dengan *use behavior* dalam konteks e-commerce. Dalam penelitian tersebut *habit* terbentuk karena pengalaman penggunaan teknologi secara berulang, yang memperkuat perilaku adopsi.

10. H10: *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap motivasi pengguna

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 10 (H10) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 5,523 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang merupakan nilai lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,415$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *hedonic*

motivation berpengaruh positif secara signifikan terhadap motivasi pengguna dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H10 diterima. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *hedonic motivation* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden merasakan kesenangan saat bermain *Mobile Legends*. Indikator *hedonic motivation* seperti "membuat terhibur", "bermain itu menyenangkan", "memberikan kesenangan", dan "membuat bersemangat" diakui oleh responden sebagai bagian dari daya tarik permainan, yang didukung oleh elemen seperti grafis yang menarik, efek suara yang memukau, dan pengalaman kompetitif dalam pertandingan. Elemen gamifikasi seperti *leaderboard*, misi harian, dan hadiah eksklusif semakin memperkuat motivasi intrinsik pengguna dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan, sehingga mendorong keterlibatan jangka panjang dalam permainan. Hal ini sejalan dengan penelitian Eviana dan Saputra (2022), yang menyatakan bahwa *hedonic motivation* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa ketika individu merasakan kesenangan dalam menggunakan suatu layanan, maka mereka terdorong untuk terus menggunakannya tanpa mempertimbangkan faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa kesenangan yang bersifat hedonis mampu menjadi sumber motivasi intrinsik bagi pengguna dalam mempertahankan perilaku penggunaan.

11. H11: *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap Penerimaan Teknologi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 11 (H11) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 6,745 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang merupakan nilai lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,462$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif secara signifikan terhadap penerimaan teknologi dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H11 diterima. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *facilitating condition* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden menganggap ketersediaan infrastruktur teknologi mendukung penggunaan teknologi dalam permainan. Indikator *facilitating condition* seperti ketersediaan perangkat yang kompatibel, koneksi internet yang stabil, dan dukungan teknis dalam game (seperti antarmuka yang responsif, fitur *voice chat* atau *quick chat*, serta panduan tutorial) diakui oleh responden sebagai faktor yang memudahkan mereka dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi permainan. Elemen gamifikasi

seperti *leaderboard* dan *event* terbatas juga terasa lebih mudah diakses dengan adanya dukungan infrastruktur yang memadai, sehingga memperkuat penerimaan teknologi oleh pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2025), yang menyatakan bahwa kondisi lingkungan dan dukungan yang tersedia berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi. *Facilitating condition* seperti infrastruktur teknis, pelatihan, dan dukungan yang dapat memfasilitasi pengguna dalam menggunakan teknologi. Temuan ini menunjukkan bahwa tersedianya kondisi yang mendukung, baik secara teknis maupun lingkungan, merupakan aspek penting dalam membentuk penerimaan teknologi oleh pengguna.

12. H12: *Habit* berpengaruh positif terhadap Motivasi Pengguna

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 12 (H12) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 7,831 yang lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1,96, serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang merupakan nilai lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,050 atau 5%. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif ($B = 0,395$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *habit* berpengaruh positif secara signifikan terhadap motivasi pengguna dalam konteks permainan *Mobile Legends*, sehingga hipotesis H12 diterima. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *habit* memiliki rata-rata yang cenderung "setuju", yang mencerminkan bahwa responden telah menjadikan bermain *Mobile Legends* sebagai bagian dari rutinitas mereka. Indikator *habit* seperti "kecenderungan bermain berulang", "dorongan/motivasi dalam bermain", dan "kemudahan akses dan portabilitas" diakui oleh responden sebagai faktor yang memperkuat motivasi mereka untuk terus terlibat dalam permainan. Elemen gamifikasi seperti misi harian, *event* terbatas, dan *leaderboard* mendukung pembentukan kebiasaan ini dengan memberikan insentif berulang yang mendorong keterlibatan jangka panjang, didukung oleh kemudahan akses melalui perangkat mobile yang portabel dan fleksibel. Sejalan dengan penelitian Yang et al. (2022), yang menyatakan bahwa *habit* berpengaruh positif terhadap intensi dan perilaku pengguna teknologi. Kebiasaan yang terbentuk melalui aktivitas berulang mendorong pengguna untuk terus menggunakan teknologi karena terasa alami dan menyatu dalam rutinitas sehari-hari, sehingga memperkuat motivasi untuk terus terlibat.

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh elemen gamifikasi dalam permainan *Mobile Legends* terhadap penerimaan teknologi dan motivasi pengguna dengan menggunakan pendekatan Unified Theory of Acceptance and use of Technology 2 (UTAUT2), dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengaruh elemen gamifikasi terhadap penerimaan teknologi

Elemen gamifikasi seperti *leaderboard*, hadiah, dan *event* dalam *Mobile Legends* memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi, terutama melalui variabel *facilitating condition*. Ketersediaan infrastruktur teknologi, seperti perangkat yang memadai dan koneksi internet yang stabil, memainkan peran penting dalam meningkatkan penerimaan pengguna terhadap teknologi yang digunakan dalam permainan. Namun, variabel seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, yang mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja, kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial bukanlah faktor utama yang mendorong niat pengguna untuk terus bermain *Mobile Legends*.

b. Pengaruh elemen gamifikasi terhadap motivasi pengguna

Elemen gamifikasi, seperti misi harian, *event* terbatas, dan *leaderboard*, dapat meningkatkan motivasi pengguna untuk terus bermain *Mobile Legends* melalui aspek kesenangan (*hedonic motivation*), dan kebiasaan bermain (*habit*). Kesenangan yang dirasakan dari grafis yang menarik, tantangan kompetitif, dan hadiah eksklusif, serta kebiasaan bermain yang telah terbentuk menjadi pendorong utama motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Niat pengguna untuk terus bermain juga memengaruhi motivasi mereka, menunjukkan bahwa elemen gamifikasi yang memicu keterlibatan emosional dan rutinitas dapat mempertahankan minat pengguna dalam jangka panjang.

c. Dampak elemen gamifikasi terhadap kehidupan sehari-hari pengguna

Elemen gamifikasi dalam *Mobile Legends*, seperti kerjasama tim dalam mode 5v5 dan fitur komunikasi, seperti *voice chat* dan *quick chat*, berkontribusi pada pembentukan perilaku sosial yang positif, seperti kemampuan kolaborasi, komunikasi, dan kepemimpinan/ meskipun pengaruh sosial (*social influence*) tidak menjadi faktor utama dalam mendorong niat pemain, interaksi dalam komunitas permainan dan kompetisi melalui *leaderboard* menciptakan rasa kebersamaan dan semangat kompetitif. Perilaku ini

dapat tercermin dalam kehidupan sehari-hari, seperti peningkatan kemampuan kerjasama dalam tim di lingkungan sekolah atau kerja.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperkaya pemahaman peran gamifikasi dalam penerimaan teknologi dan motivasi pengguna melalui pendekatan UTAUT2, Secara praktis, hasil penelitian ini dapat membantu pengembang *game* untuk mengoptimalkan elemen gamifikasi untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna. Secara sosial, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana gamifikasi dapat membentuk perilaku sosial positif, yang dapat dimanfaatkan untuk merancang pengalaman bermain yang mendukung interaksi sosial yang berkelanjutan

5.2 Limitasi

Penelitian ini menghadapi beberapa kesulitan selama proses pelaksanaan, yang dapat mempengaruhi hasil dan generalisasi temuan antara lain:

a. Keterbatasan representasi sampel

Mayoritas responden berasal dari kelompok usia mahasiswa yaitu 19-24 tahun, sehingga persepsi dari kelompok usia lain, seperti pelajar atau pekerja, kurang terwakili secara memadai. Hal ini menyulitkan generalisasi temuan terhadap populasi pemain *Mobile Legends* yang lebih luas

b. Keterbatasan pengukuran dampak pada kehidupan sehari-hari

Pengukuran dampak gamifikasi pada kehidupan sehari-hari terfokus pada aspek sosial, seperti kerja sama tim dan komunikasi, karena keterbatasan ruang lingkup kuesioner, mengukur aspek lain, seperti pengelolaan waktu atau dampak emosional, sulit dilakukan karena memerlukan metode kualitatif seperti wawancara, yang tidak dapat dilakukan dalam penelitian ini

c. Tantangan Validitas dan reliabilitas instrumen

Beberapa item kuesioner memiliki nilai *loading factor* atau Cronbach Alpha yang rendah menunjukkan bahwa pernyataan tertentu kurang konsisten dalam mengukur konstruk yang diinginkan. Proses revisi item terhambat oleh waktu dan sumber daya, sehingga memengaruhi ketepatan pengukuran variabel tertentu

d. Keterbatasan teknis dalam pengolahan data

Pengolahan data menggunakan Python mengalami kendala seperti data yang tidak konsisten atau kesalahan pengkodean, yang memerlukan waktu tambahan untuk pembersihan

data. Kurangnya pengalaman mendalam dalam penggunaan python juga menyulitkan dalam melakukan analisis

e. Keterbatasan literatur pendukung

Penelitian ini juga menghadapi keterbatasan dalam ketersediaan literatur yang secara spesifik membahas penerimaan teknologi dan motivasi pengguna dalam konteks gamifikasi pada *game*. Keterbatasan ini membatasi kedalaman analisis teori dan perbandingan dalam penelitian terdahulu, sehingga peneliti harus mengadaptasi teori umum dari bidang lain yang relevan

5.3 Saran

Berdasarkan limitasi yang dihadapi. Berikut adalah saran untuk penelitian mendatang agar menghasilkan temuan yang

a. Memperluas representasi sampel

Penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan responden dari berbagai kelompok usia dan latar belakang, seperti pelajar, pekerja, atau pemain profesional, untuk mendapatkan persepsi yang lebih beragam. Hal ini dapat dilakukan dengan memperluas jangkauan penyebaran kuesioner atau menggunakan metode pengambilan sampel yang lebih acak

b. Penggunaan metode kualitatif untuk menggali dampak lebih dalam

Disarankan agar penelitian selanjutnya mengkombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif, seperti wawancara mendalam untuk mengeksplorasi dampak gamifikasi dalam aspek kehidupan sehari-hari secara lebih luas, seperti manajemen waktu, keseimbangan emosi, atau pembentukan kebiasaan

c. Peningkatan validitas dan reliabilitas instrumen

Untuk meningkatkan kualitas alat ukur, penelitian mendatang sebaiknya melakukan uji coba kuesioner (pre - test) terlebih dahulu, serta melibatkan ahli dalam bidang *game* untuk membantu dalam penyusunan dan revisi pernyataan. Hal ini penting untuk memastikan instrumen memiliki validitas konstruk dan reliabilitas yang tinggi untuk setiap variabelnya

d. Pengayaan literatur khusus dalam bidang gamifikasi *game*

Penelitian selanjutnya diharapkan lebih proaktif dalam menggali literatur internasional dan jurnal terkini yang membahas gamifikasi dalam konteks *game*. Akses ke database akademik yang lebih luas seperti Scopus atau IEEE Xplore dapat memperkaya kerangka teori dan memperkuat posisi analisis terhadap temuan penelitian

e. Penguatan kapasitas analisis data

Diharapkan peneliti berikutnya memiliki persiapan teknis yang lebih matang, seperti pelatihan atau bimbingan dalam penggunaan perangkat analisis data seperti python atau software statistik lainnya. Alternatif lain adalah bekerja sama dengan analisis data untuk menghindari kesalahan pengkodean dan mempercepat proses pengolahan data

DAFTAR PUSTAKA

- ActivePlayer.io. (2025). *Mobile Legends: Bang Bang Live Player Count and Statistics*. Diambil kembali dari ActivePlayer.io: <https://activeplayer.io/mobile-legends-bang-bang/>
- Adiputra, I. &. (2024). Exploring the dynamics of mobile eSports adoption: Insights from the UTAUT2 model in the Indonesian context. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 11(1), 195 - 208. doi:<https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.0113>
- Aditya, B. R. (2023). Analisis kualitatif elemen gamifikasi dalam games berbasis ICT untuk anak usia dini. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 10(4), 725 - 730. doi:<https://doi.org/10.25126/jtiik.2023106285>
- Aini, Q. L. (2021). Analisis Gamifikasi iLearning Berbasis Teknologi Blockchain. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 79-85. doi:<https://doi.org/10.34306/abdi.v2i1.167>
- Al Rahma, N. Z. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z terhadap niat menggunakan pinjaman online. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*. 6(3), 408–416. doi:<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i3.6665>
- An Nabil, N. R. (2022). nalisis indeks Aiken untuk mengetahui validitas isi instrumen asesmen kompetensi minimum berbasis konteks sains kimia. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 25(2), 184–194. doi:<https://doi.org/10.20961/paedagogia.v25i2.64566>
- Andayani, S. &. (2020). Analisis Kesiapan Penerimaan Pengguna Terhadap E-Learning Menggunakan Model TRAM. *JuSiTik (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi Komunikasi)*, 3(2), 32–39. Diambil kembali dari <http://ojs.ukmc.ac.id/index.php/JUTSI/article/view/4293>
- Andeka, W. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Belajar Siswa SDN 04 Sitiung. *Consilium: Education and Counseling Journal*, 1(2), 193–205. doi:<https://doi.org/10.36841/consilium.v1i2.1179>
- Anggraeni, N. A. (2021). Gambaran perilaku bermain game online pada remaja pemain game online di Jatinangor. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 10(1). doi:<http://doi.org/10.21009/JPPP.101.02>
- Annur, C. M. (2023, Maret 2024). *MOBA Jadi Genre Mobile Game Paling Disukai di Indonesia*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/f0dda3362ba4340/moba-jadi-genre-mobile-game-paling-disukai-di-indonesia/>

- Astari, D. W. (2025). Uji content validity index pada kuesioner penilaian kinerja Infection Prevention and Control Link Nurse (IPCLN). *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah STIKES Kendal*, 15(2), 395–402. doi:<https://doi.org/10.32583/pskm.v15i2.3715>
- Azizah, N. &. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 6637–6643. Diambil kembali dari <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/25533>
- Azizah, P. N. (2021). nalisis faktor konfirmatori Connor-Davidson Resilience Scale. *Jurnal Psikologi*, 14(2), 147 - 158. doi:<https://doi.org/10.24014/jp.v14i2.11043>
- Clement, J. (2025, July 15). *Most downloaded mobile MOBA games worldwide 2025*. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1269466/most-downloaded-moba-apps-worldwide/>
- Curran, P. G. (2016). Methods for the detection of carelessly invalid responses in survey data. *Journal of Experimental Social Psychology*, 66, 4–19. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.07.006>
- Desvira, N. S. (2023). nalysis of factors influencing interest and behavior in using ShopeePay features using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) model. *Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(2), 178–191. doi:<https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i2.1594>
- Dharma, S. (2023). nalisis validitas isi instrumen tes literasi matematika bernuansa kearifan lokal Bugis-Makassar untuk siswa SMP. *Musamus Journal of Mathematics Education*, 6(1), 18-28. Diambil kembali dari <http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/mathematics/article/view/5962>
- Eviana, V. &. (2022). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan sistem pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977. doi:<https://doi.org/10.31004/jptam.v6i1.3242>
- Fanani, M. N. (2024). Analisis Tingkat Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik pada Siswa Usia 14–16 Tahun Mengikuti Sekolah Sepak Bola Amanda Kabupaten Lumajang. *Jurnal Kesehatan Olahraga*.
- Fatima, T. K. (2021). Examining factors influencing adoption of M-payment: Extending UTAUT2 with perceived value. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(8), 276–296. Diambil kembali dari <https://www.researchgate.net/publication/352847396>

- Febriani, E. S. (2022). Analisis data dalam penelitian tindakan kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 40 -153.
- Febriani, E. S. (2023). nalisis data dalam penelitian tindakan kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153. Diambil kembali dari <https://riset-iaid.net/index.php/jpm/article/view/1447>
- Gansser, O. A. (2021). A new acceptance model for artificial intelligence with extensions to UTAUT2: An empirical study in three segments of application. *Technology in Society*, 65. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101535>
- Harahap, N. F. (2021). Analisis Artikel Metode Motivasi dan Fungsi Motivasi Belajar Siswa. *IJI Publication*, 1(3). doi:<https://doi.org/10.51577/ijipublication.v1i3.121>
- Haryani, H. W. (2023). Analisa Peluang Penerapan Teknologi Blockchain dan Gamifikasi pada Pendidikan. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 1(2), 163 -174. doi:<https://doi.org/10.33050/mentari.v1i2.250>
- Hashim, S. M.-L. (2022). Pretesting survey questionnaire: A guide on dissemination. *nternational Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 11(3), 1–13. doi:<https://doi.org/10.6007/IJAREMS/v11-i3/15228>
- Herawan, A. R. (2023). Analisis dan Perancangan Ulang Desain UI & UX pada Aplikasi iPusnas dengan Penerapan Elemen Gamifikasi. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(6), 2767–2776. Diambil kembali dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/13187>
- Heri Gunawan, S. E. (2022). Analisis pengaruh kompensasi, budaya kerja dan gaya kepemimpinan transformasional terhadap motivasi intrinsik serta dampaknya pada kinerja karyawan PT. Sentra Strategis Indonesia (SSI) Jakarta S. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(2). doi:<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.2321>
- Hidayat, M. T. (2020). Penerimaan pengguna e-wallet menggunakan UTAUT 2 (Studi kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi (JNTETI)*, 9(3), 239–247. doi:<https://doi.org/10.22146/v9i3.227>
- Hilyah, A. S. (2024). Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi Kitabisa Menggunakan Model UTAUT-3. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 13(1), 172–181. Diambil kembali dari <http://dx.doi.org/10.35889/jutisi.v13i1.1742>
- Juliansyach, R. C. (2024). Analisa behavioural intention dan use behaviour pada aplikasi game online berbasis mobile phone menggunakan metode UTAUT2. *Jurnal Manajemen*

Strategi Dan Aplikasi Bisnis, 7(2), 271–290.
doi:<https://doi.org/10.36407/jmsab.v7i2.1154>

- Julianto, A. K. (2020). Metode Gamification pada Pemrograman Dasar Teknik Komputer dan Informatika di Sekolah Menengah Kejuruan. *IT-Edu: Jurnal Information Technology and Education*, 5(1), 77–84. doi:<https://doi.org/10.26740/it-edu.v5i1.36411>
- Karisma, N. W. (2024). andangan Gen Z terhadap pemanfaatan gaming Mobile Legends sebagai peluang sumber penghasilan. *RDHI: Jurnal Pengabdian dalam Negeri*, 2(6), 251–258. doi:<https://doi.org/10.61132/ardhi.v2i6.956>
- Khuntari, D. (t.thn.).
- Khuntari, D. (2022). Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan User Experience Questionnaire. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(1), 275–282. doi:<https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4499>
- Lee, U.-K. &. (2022). UTAUT in Metaverse: An “Ifland” case. *ournal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(2), 613–635. doi:<https://doi.org/10.3390/jtaer17020032>
- Mahmubi, M. &. (2025). Analisis Implementasi Pembelajaran Berbasis Gamifikasi pada Peningkatan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Al-Abshor: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 1-9. doi:<https://doi.org/10.17509/jik.v19i1.42778>
- Marisa, F. A. (2020). Gamifikasi (Gamification): Konsep dan Penerapan. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 5(3), 219–228. doi:<https://doi.org/10.31328/jointecs.v5i3.1490>
- Martias, L. D. (2021). Statistika deskriptif sebagai kumpulan informasi. *FIHRIS: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1), 40 - 59. doi:<https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Missouri, R. &. (2024). Analisis dampak gamifikasi dalam manajemen kelas terhadap motivasi dan hasil belajar siswa. *Pendiri: Jurnal Riset Pendidikan*, 9-17. doi:<https://doi.org/10.63866/pendiri.v2i1.60>
- Mukarromah, T. T. (2021). Gamifikasi Berbasis Aplikasi dan Pembelajaran Anak Usia Dini. *DUKIDS: Jurnal Pertumbuhan, Perkembangan, dan Pendidikan Anak Usia Dini*, 18(1). doi:<http://ejournal.upi.edu/index.php/edukid>
- Mustikarini, C. N. (2023). Faktor-Faktor Motivasi Intrinsik Karyawan PT. XYZ (Studi pada Penerapan Strategic Holding Pejabat Eselon 3). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan*

Manajemen Indonesia, 6(3), 398–414.
doi:<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.286>

- Nariswari, A., Faroqi, A., & Suryanto, T. (2024). Evaluasi User Experience Aplikasi Digital Banking Jenius Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *JUTISI: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 13(1), 574–583. doi:<https://doi.org/10.35889/jutisi.v13i1.1756>
- Natasia, S. R. (2022). Acceptance analysis of NUADU as e-learning platform using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. *Procedia Computer Science*, 197, 512–520. doi:<https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.168>
- Nurhayati, D. (2024). Analisis penerimaan dan penggunaan teknologi UTAUT3 dalam layanan musik digital: An analysis of UTAUT3 technology acceptance and use in digital music services. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 5(1), 175–189. doi:<https://doi.org/10.57152/malcom.v5i1.1650>
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovič, A. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), 689–703. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>
- Ong, A. K. (2023). Determination of Factors Influencing the Behavioral Intention to Play “Mobile Legends: Bang-Bang” during the COVID-19 Pandemic: Integrating UTAUT2 and System Usability Scale for a Sustainable E-Sport Business. *Sustainability*, 15(4), 3 - 26. doi:<https://doi.org/10.3390/su15043170>
- Pahlevi, R. &. (t.thn.). Analisis Pengaruh Elemen Gamifikasi pada Aplikasi Pembelajaran Terhadap Motivasi Belajar Siswa SMA. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 6(1). doi:<https://doi.org/10.35870/jimik.v6i1.1148>
- Palau-Saumell, R. F.-C.-G. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210. doi:<https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Piarna, R. &. (2020). Adopsi E-Commerce oleh Konsumen Milenial pada Produk UMKM di Kota Subang Menggunakan Model UTAUT dalam Konteks Konsumen. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 1021 - 1028. doi:<https://doi.org/10.25126/jtiik.202072635>
- Piarna, R. &. (2020). dopsi e-commerce oleh konsumen milenial pada produk UMKM di Kota Subang menggunakan model UTAUT in consumer context. *urnal Teknologi Informasi*

- dan Ilmu Komputer (JTIK), 7(5), 1021–1028.
doi:<https://doi.org/10.25126/jtiik.202072635>
- Praptomo, S. R. (2024). Peran gamifikasi dalam meningkatkan pengalaman pendidikan di era digital2024. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, 2(1), 212–220.
doi:<https://doi.org/10.572349/scientica.v2i1.761>
- Priansyah, E. K. (2024). Analisis efektivitas aplikasi Bibit dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat Kota Palembang menggunakan metode UTAUT. *J-ENSISTEC (Journal of Engineering and Sustainable Technology)*, 10(2), 10119–10124.
doi:<https://doi.org/10.31949/jensitec.v10i02.9841>
- Purwandani, I. &. (2020). Analisa Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Google Classroom dengan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Riset Teknologi dan Inovasi Pendidikan (JARTIKA)*, 3(2), 247–255. Diambil kembali dari <https://journal-litbang-rekarta.co.id/index.php/jartika>
- Puspitasari, W. D. (2021). Pengujian validasi isi (content validity) angket persepsi mahasiswa terhadap pembelajaran daring matakuliah matematika komputasi. *Journal Focus Action of Research Mathematic (Factor M)*, 4(1), 77-90.
doi:https://doi.org/10.30762/factor_m.v4i1.3254
- Puthree, A. N. (2021). Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Motivasi Belajar Siswa Sekolah Dasar selama Pembelajaran Daring. *JURNAL BASICEDU*, 3101–3108.
doi:<https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1279>
- Putri, R. C. (2021). Dampak Game Online Mobile Legends terhadap Perilaku Remaja. *Antropocene: Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*, 1–7. Diambil kembali dari <https://journal.actual-insight.com/index.php/antropocene/article/view/16>
- Quraisy, A. W. (2021). Analisis Kruskal-Wallis terhadap kemampuan numerik siswa. *Variansi: Journal of Statistics and Its Application on Teaching and Research*, 3(3), 156 - 161. doi:<https://doi.org/10.35580/variantsunm29957>
- Rahma, A. S. (2025). Analisis Preferensi Mahasiswa terhadap Mata Kuliah Pilihan Menggunakan Statistik Deskriptif. *Polinomial: Jurnal Pendidikan Matematika*, 4(1), 147–153. doi:<https://doi.org/10.56916/jp.v4i1.1487>
- Ratnasari, S. L. (2020). nalisis karakteristik individu, lingkungan kerja, iklim organisasi, motivasi, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi Review (MANOR)*, 2(1), 15 - 25.
doi:<http://journal.unifa.ac.id/index.php/manor/index>

- Ratnasari, S. L. (2020). nalisis karakteristik individu, lingkungan kerja, iklim organisasi, motivasi, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan. *MANOR: Jurnal Manajemen dan Organisasi Review*, 2(1), 1-14. doi:<https://doi.org/10.47354/mjo.v2i1.175>
- Risky, R. B. (2024). Adopsi model UTAUT 2 pada penggunaan teknologi QRIS Kopiria Kota Samarinda. *MDP Student Conference*, 3(2), 1-12. doi:<https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v3i2.7478>
- Sanaky, M. M. (2021). nalisis faktor-faktor keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–440. doi:<https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saragih, A. K. (2024). Analisis penerapan metode Kaizen 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, dan Shitsuke) pada PT XYZ. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 7(1), 1095 - 1101. doi:<https://doi.org/10.32734/ee.v7i1.2317>
- Saragih, A. K. (2024). Analisis penerapan metode Kaizen 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, dan Shitsuke) pada PT XYZ. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 7(1). doi:<https://doi.org/10.32734/ee.v7i1.2317>
- Setiyani, L. E. (2021). Using Technology Acceptance Model 3 (TAM 3) at Selected Private Technical High School: Google Drive Storage in E-Learning. *Journal of Ultimate Research and Trends in Education*, 3(2), 80–89. doi:<https://doi.org/10.31849/utamax.v3i2.6746>
- Sianipar, A. F. (2023). Analisis Bibliometrik terhadap Motivasi Belajar Berbasis VOS Viewer. *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik (JI-MR)*, 4(1), 126–130. Diambil kembali dari <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/pendidikanmatematika/article/view/2845>
- Silvani, T. N. (2025). Pemetaan elemen gamifikasi dalam LMS menggunakan Octalysis dan MDA framework. *e-Proceeding of Engineering*, 2699–2705 .
- Sitompul, M. R. (2021). Reliabilitas dan validitas konstruk academic buoyancy di Indonesia. . *Humanitas: Jurnal Psikologi*, , 389 - 397.
- Stefany, B. A. (2021). Analisis kepuasan pengguna aplikasi Wisata Brebes dengan metode Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(1), 172–184. doi:<https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i1.107>
- Sugiono, S. N. (2020). ji validitas dan reliabilitas alat ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterapian Fisik*, 5(1), 55 - 61. doi:<https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Suksesty, C. E. (2025). aliditas isi Skala Skrining Kecemasan Perinatal (PASS) versi Bahasa Indonesia “Mengenal Kecemasan pada Kehamilan”. *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal*

Ilmiah STIKES Kendal, 15(4), 715–724.
doi:<https://doi.org/10.32583/pskm.v15i4.3799>

- Suriani, N. R. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. doi:<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Suryadi, T. A. (2023). Content validity for the research instrument regarding teaching methods of the basic principles of bioethics. *Jurnal Pendidikan Kedokteran Indonesia: The Indonesian Journal of Medical Education*, 12(2), 186–202. doi:<https://doi.org/10.22146/jpki.77062>
- Suwandi, S. (2021). Analisis data research dan development pendidikan Islam. *Journal of Islamic Education El Madani*, 1(1), 1-10. doi:<https://doi.org/10.55438/jiee.v1i1.11>
- Syidada, S. (2021). Analisis dan Perancangan Sistem Smart Campus Monitoring Praktikum menggunakan Gamifikasi. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi dan Robotika*. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi dan Robotika*, 3(2). doi:<https://doi.org/10.33005/jifti.v3i2.62>
- Tarai, A. (2023, mei 11). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D by Sugiyono*. Diambil kembali dari AnyFlip.: <https://anyflip.com/xobw/rfpq/basic>.
- Tiong, P. S. (2023). pengaruh daya tarik iklan dan celebrity endorser terhadap peningkatan penjualan mobil (Studi kasus pada PT. Bosowa Berlian Motor di Makassar). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 453–467. doi:<https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.5437>
- Usman, T. A. (2022). Analisa model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) dalam peningkatan penggunaan layanan transaksi digital Bank Mandiri pada masa pandemi COVID-19. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(9), 4186–4192. doi:<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1617>
- Venkatesh, V. M. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. doi:10.2307/30036540
- Venkatesh, V. T. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. doi:10.2307/41410412
- Wang, G. T.-H.-B. (2022). Revisiting TAM2 in Behavioral Targeting Advertising: A Deep Learning-Based Dual-Stage SEM-ANN Analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 175. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121345>

- Ward, M. K., & Meade, A. W. (2023). Dealing with Careless Responding in Survey Data: Prevention, Identification, and Recommended Best Practices. *Annual Review of Psychology*, 74(1), 577–596. doi:<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-040422-045007>
- Wiyarti, W. I. (2025). Exploring the role of moderator effects: E-medical record adoption. *Cuestiones de Fisioterapia*, 54(4), 7128–7136. doi:<https://doi.org/10.48047/776cfb25>
- Yang, F. R. (2022). A study of college students' intention to use metaverse technology for basketball learning based on UTAUT2. *Heliyon*, 8(9). doi:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10562>
- Yassine Jadir, N. P. (2021). A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture. *Journal of Business Research*, 132, 354–372. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>
- Yogatama, I. K. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pemain Dalam Permainan MOBA (Studi Kasus: Mobile Legends: Bang-Bang!). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2558–2566. Diambil kembali dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/4742>
- Yuniarti, R. (2022). esalahan mahasiswa program studi Administrasi Publik dalam menyelesaikan soal statistika deskriptif dan statistika inferensial. *Jurnal Sains Matematika dan Statistika*, 8(1), 46 - 58. doi:<https://doi.org/10.24014/jsms.v8i1.13312>

LAMPIRAN

Validitas Isi

Identitas Penulis:
 Nama Penulis: Adhitya Rintley **Wibisono**
 Rask **Terbitan** yang **Terakhir Diterbitkan**: Glory 90
Penerbitan Beriman (Sajak Tahunan): 2017
Penerbitan Jau, **Presiden** **Beriman** (for **hati** **manusya** 10 jam **sehari**) : 3-4 jam tergantung waktu luang
 Jumlah Partisipasi dalam **Turun-temu** (Online-Offline): **lebih dari** 5 kali online, 3x offline
 Tanggal Penulisan: 19 Juni 2025

Petunjuk pengisian:

Silakan mengisi penilaian dengan memberikan skor terhadap sejauh mana setiap pernyataan dalam kuesioner dianggap relevan dengan indikator yang ingin diukur. Penilaian dilakukan berdasarkan pengalaman, pemahaman, atau pandangan Anda terhadap topik yang terkait. Gunakan skala berikut:

Skor Kriteria Penilaian

- | | |
|---|----------------|
| 4 | Sangat Relevan |
| 3 | Relevan |
| 2 | Kurang Relevan |
| 1 | Tidak Relevan |

Jika ada masukan untuk perbaikan, silakan tulis di kolom "Komentar/Saran".

NO	Pertanyaan	Variabel	Indikator	Skor (1-4)	Komentar / Saran
----	------------	----------	-----------	------------	------------------

Identitas Penilai

Nama Penilai : Rendi Septianto
 Rank Tertinggi yang Pernah Dicapai : Immortal 207
 Pengalaman Bermain (Sejak Tahun) : 2017
 Jumlah Jam/Frekuensi Bermain (per hari misalnya 10 jam sehari) : Lagi free (4-5 jam)
 Jumlah Partisipasi dalam Turnamen (Online/Offline) : lebih dari 10 kali
 Tanggal Penilaian : 13 juni 2025

Petunjuk pengisian:

Silakan mengisi penilaian dengan memberikan skor terhadap sejauh mana setiap pernyataan dalam kuesioner dianggap relevan dengan indikator yang ingin diukur. Penilaian dilakukan berdasarkan pengalaman, pemahaman, atau pandangan Anda terhadap topik yang terkait. Gunakan skala berikut:

Skor Kriteria Penilaian

- | | |
|---|----------------|
| 4 | Sangat Relevan |
| 3 | Relevan |
| 2 | Kurang Relevan |
| 1 | Tidak Relevan |

Jika ada masukan untuk perbaikan, silakan tulis di kolom "Komentar/Saran".

NO	Pertanyaan	Variabel	Indikator	Skor (1-4)	Komentar / Saran
1	Bermain permainan	Performanc e	Meningkat kan	4	

Identitas Penilai
 Nama Penilai : Muhammad Raihan Hediawan
 Rank Tertinggi yang Pernah Diapai : mythical glory
 Pengalaman Bermain (Sejak Tahun) : 2020
 Jumlah Jam/Frekuensi Bermain (per hari misalnya 10 jam sehari) : 2-3 jam
 Jumlah Partisipasi dalam Turnamen (Online/Offline) : 4-5 kali
 Tanggal Penilaian : 14 Juni 2025

Petunjuk pengisian:

Silakan Bapak/ibu menilai sejauh mana pernyataan berikut sesuai dengan indikator yang diukur. Gunakan skala berikut:

Skor Kriteria Penilaian

- | | |
|---|----------------|
| 4 | Sangat Relevan |
| 3 | Relevan |
| 2 | Kurang Relevan |
| 1 | Tidak Relevan |

Jika ada masukan untuk perbaikan, silakan tulis di kolom "Komentar/Saran"

NO	Pertanyaan	Variabel	Indikator	Skor (1-4)	Komentar / Saran
1	Bermain permainan Mobile Legends memotivasi saya untuk	Performance Expectancy	Meningkatkan peluang menang yang penting	3	

b. Jawaban kuesioner

[illegible]