

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH KECANDUAN DAN LOYALITAS TERHADAP NIAT MEMBELI APLIKASI GAME PUBG MENGGUNAKAN *CONCEPTUAL MODEL*

Oleh

Dimas Dhafa Darmawan 18103102

Zaman saat ini, perkembangan teknologi sudah sangat maju dan sudah bisa dirasakan oleh umat manusia. Teknologi dapat memudahkan pekerjaan manusia dibidang tertentu. Seperti dibidang Industri *game*. Meskipun menyenangkan, *game online* dapat menyebabkan kecanduan. Pada tahun 2018, *International Classification of Diseases* (ICD-11) mengklasifikasikan kecanduan *game online* sebagai gangguan kesehatan mental. Banyaknya waktu yang dihabiskan untuk bermain *game online* berdampak pada keputusan pembelian *game online*. Semakin banyak orang yang kecanduan *game online*, semakin banyak uang yang mereka keluarkan untuk membeli item *game*. pengeluaran perilaku tinggi untuk item dalam *game* dapat berdampak negatif pada pembelian *game online*, termasuk item pembelian. Memiliki niat untuk membeli sesuatu adalah perilaku yang membutuhkan keterampilan dan dorongan. Permainan loyalitas batin juga bisa meningkat akibat adiksi atau kecanduan. Kecanduan juga dapat menghasilkan loyalitas dari waktu ke waktu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel antara kecanduan *game online PUBG Mobile* dengan niat membeli fitur dalam *game*, serta hubungan antara loyalitas dengan niat membeli fitur dalam *game PUBG Mobile*. Alat analisis yang digunakan adalah SEM-PLS/SmartPLS (*Structural Equation Modelling Partial Least Square*), dan model yang digunakan adalah *Conceptual Model*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kecanduan memiliki dampak yang signifikan terhadap niat untuk membeli fitur *PUBG Mobile*, kecanduan berdampak secara signifikan terhadap loyalitas, dan loyalitas secara signifikan dengan niat membeli fitur di dalam *game online PUBG Mobile*.

**Keywords : kecanduan, niat membeli, loyalitas, SEM**