

BAB I

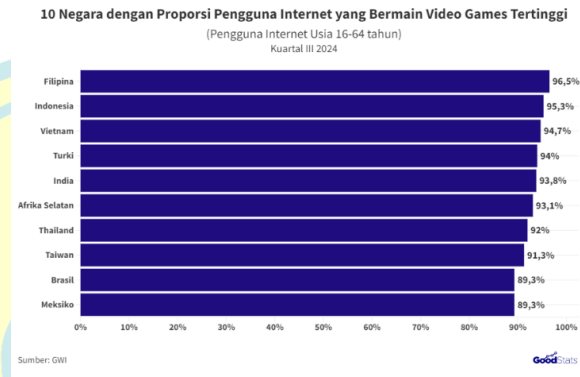
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Peningkatan akses internet dan penggunaan perangkat mobile secara masif sudah mempercepat ekspansi industri digital di seluruh dunia dalam satu dekade terakhir (Pinheiro *et al.*, 2024). Digitalisasi kini diakui sebagai faktor krusial pada pembangunan berkelanjutan global serta kemajuan sosial, seiring meningkatnya ketergantungan aktivitas sosial, hiburan, hingga kegiatan ekonomi pada konektivitas digital yang terus berkembang pesat (Nataliia & Yuliia, 2024). Berlandaskan Laporan Digital 2025 oleh We Are Social dan Meltwater (2025), jumlah pengguna internet dunia pada awal 2025 mencapai sekitar 5,56 miliar orang pada tingkat penetrasi 67,9%, meningkat dari tahun sebelumnya. Fenomena ini memperlihatkan masifnya adopsi perangkat digital untuk membentuk ekosistem digital global, termasuk perilaku konsumsi masyarakat modern.

Di Indonesia, perubahan perilaku digital tersebut juga tercermin untuk membuat meningkat popularitas industri *game online*. Industri *game* digital turut mengalami pertumbuhan seiring meningkatnya aktivitas bermain serta transaksi dalam *game* yang dilaksanakan para pengguna. Berlandaskan laporan GoodStats (2024), Indonesia menempati posisi kedua dunia dalam jumlah *gamers* pada kuartal III 2024 dengan survei APJII (2024) memperlihatkan mayoritas pemain *game* menghabiskan waktu bermain 1–2 jam per hari. Kondisi ini memperlihatkan besarnya potensi industri

game online di Indonesia, sekaligus membuka peluang strategis bagi penyedia berbagai layanan pendukung seperti platform *top up game* dan distribusi voucher digital.



Gambar 1. 10 Negara dengan Proporsi Pengguna Internet yang Bermain Games Tertinggi

Sumber: GWI (2024)

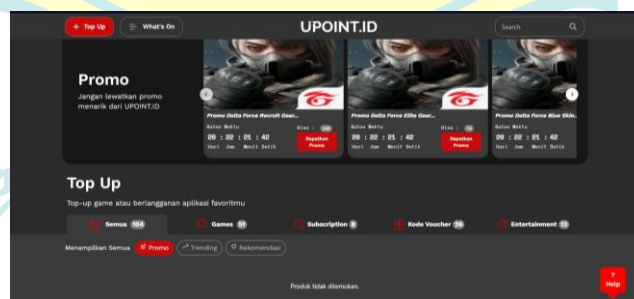
Berlandaskan Peta Ekosistem Industri Gim Indonesia 2024 yang diterbitkan oleh Komdigi (2024), Nilai pendapatan industri *game* di Indonesia tercatat mencapai USD 1,528 miliar, menempatkan Indonesia sebagai pasar *game* terbesar ketujuh di dunia dengan 78% kontribusi berasal dari platform *mobile*. Pengeluaran rata-rata per kapita mencapai USD 26, menjadikan Indonesia peringkat kelima paling tinggi di ASEAN dalam hal belanja item *game*. Fakta ini menegaskan besarnya potensi pasar *in-game purchase* di Indonesia. Pertumbuhan tersebut didorong oleh pesatnya adopsi *smartphone*, perluasan jaringan 4G dan 5G, serta meningkatnya popularitas gim berbasis perangkat seluler, seperti Mobile Legends: Bang Bang dan PUBG Mobile (Haikal *et al.*, 2023). Di samping itu, tren seperti *cloud gaming*, *esports*, dan

meningkatnya produksi konten lokal turut menguatkan daya saing industri game nasional di tingkat global.

Aktivitas *top up game* kini memegang peranan krusial pada pertumbuhan ekonomi digital yang berkembang pesat dalam industri *game*. Proses ini berupa pembelian mata uang virtual untuk meraih *item in-game* eksklusif yang tidak tersedia secara gratis. Muhammad dan Hidayanto (2023) menegaskan yakni transaksi *top up* untuk pembelian *virtual goods* meningkat signifikan dan membagikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan industri *game*. Wuryandari *et al.* (2021) mengklasifikasikan *virtual goods* menjadi item eksklusif seperti *skin*, avatar, dan perlengkapan karakter, sementara Hussain *et al.* (2025) menambahkan bahwa kepemilikan item langka seperti *skin* membagikan kepuasan emosional tambahan bagi pemain. Pendapat tersebut diperkuat Lehtonen *et al.* (2023) yang menegaskan yakni pembelian barang virtual kini sudah menjadi bagian penting dari identitas dan pengalaman sosial pemain, menandakan yakni aktivitas *top up* kini ialah elemen reguler pada pengalaman bermain bagi *gamer* modern. Namun, meskipun transaksi *top up* meningkat, niat beli pengguna sering kali berfluktuasi sebab dibagikan pengaruh oleh faktor kepercayaan pada platform, layanan yang dirasakan, serta kualitas pengalaman digital secara keseluruhan (Gawron & Strzelecki, 2021)

Pada konteks persaingan ekonomi digital yang makin kompetitif, *purchase intention* menjadi faktor krusial sebab pengguna mempunyai banyak alternatif platform *top up* pada penawaran serupa. Ketika pengalaman awal pengguna tidak membagikan rasa aman, kenyamanan, ataupun keyakinan pada platform, pengguna cenderung

menunda bahkan membatalkan pembelian (Firdaus & Zuliestiana, 2022). Fenomena tersebut juga terjadi pada UPOINT.ID, sebuah platform *top up game* lokal yang ada di bawah naungan PT Nuon Digital Indonesia dan menyediakan layanan pembelian voucher serta *top up* untuk berbagai *game* populer. Sebagai platform yang sepenuhnya berbasis website, kualitas website menjadi titik kontak utama antara pengguna dan UPOINT.ID. *Website quality* mencakup aspek tampilan visual, kemudahan navigasi, kecepatan akses, kejelasan informasi, serta keamanan sistem. Namun, pada praktiknya, platform UPOINT.ID sering kali dihadapkan pada permasalahan seperti pada gambar 1.2 dimana ketika mengklik menu “promo” tidak tersedia promo yang sedang berlangsung, padahal realitanya ada banyak promo di website tersebut. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan kenyamanan pengguna dan menghambat proses pengambilan keputusan bertransaksi. Untuk pengguna *game* yang terbiasa pada pengalaman digital yang cepat dan instan, kualitas website yang kurang optimal bisa menimbulkan persepsi negatif pada profesionalisme dan kredibilitas platform. Maka sebabnya, *website quality* menjadi faktor penting yang perlu dianalisis dalam kaitannya dengan kepercayaan dan niat beli pengguna.



Gambar 1. 2 Hasil Akses Menu Website UPOINT.ID
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Selain *website quality*, *e-service quality* juga menjadi isu krusial pada layanan *top up game*. Pengguna bukan saja menilai platform dari tampilan, tapi juga bergantung pada persepsi pengguna terhadap kualitas layanan, contohnya kecepatan pemrosesan *top up*, kejelasan instruksi transaksi, responsivitas layanan pelanggan, serta kemampuan platform untuk menangani kendala atau komplain. Pada konteks UPOINT.ID, permasalahan muncul ketika terjadi keterlambatan pengiriman item, transaksi gagal, atau kurangnya informasi tindak lanjut sesudah pembayaran. Ketika layanan yang diterima tidak mencukupi ekspektasi, pengguna cenderung merasa dirugikan dan cenderung kehilangan kepercayaan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa *e-service quality* membagikan kontribusiterhadap pembentukan pengalaman pengguna, secara keseluruhan serta berpotensi membagikan pengaruh keputusan pembelian. *Trust* juga menjadi isu sentral dalam transaksi digital, khususnya pada platform yang melibatkan pembayaran *online* dan pertukaran barang virtual. Pada website UPOINT.ID juga belum tersedia fitur ulasan sehingga pengguna perlu mencari tahu lebih dalam terkait kelemahan serta kelebihan platform ini seperti harus menelusuri media sosial UPOINT.ID terlebih dahulu. Pada kondisi ini, pengguna perlu merasa yakin bahwa website aman, transaksi berjalan sesuai prosedur, dan item yang dibeli benar-benar diterima. Namun, masih ada keraguan pengguna pada platform *top up*, terutama terkait keamanan data pribadi, kejelasan sistem pembayaran, serta kredibilitas penyedia layanan.



Gambar 1. 3 Respons Layanan UPOINT.ID Berlandaskan Interaksi Pengguna di Media Sosial

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Untuk menguatkan identifikasi fenomena penelitian terkait *website quality*, *e-service quality*, *trust*, serta niat pembelian pada platform *top up game* UPOINT.ID, peneliti terlebih dahulu melaksanakan pra-survei kepada pengguna platform tersebut dengan tujuan untuk menggali pengalaman dan persepsi pengguna terhadap penggunaan *website* dan layanan yang disediakan, serta bagaimana pengalaman tersebut membagikan pengaruh tingkat kepercayaan dan niat pengguna untuk melaksanakan *top up game*. Pendekatan pra-survei dilaksanakan melalui pertanyaan terbuka agar responden bisa menyampaikan pengalaman nyata yang mereka rasakan secara lebih mendalam. Berlandaskan literatur terbaru, tidak ada standar baku mengenai jumlah sampel pada pra-survei, sebab jumlahnya bergantung pada tujuan penelitian (Ying *et al.*, 2025). Bahkan, studi memperlihatkan terkait ukuran sampel pilot sangat bervariasi serta seringkali relatif kecil yakni 5-10 responden sebab hanya dipakai untuk eksplorasi awal (Totton *et al.*, 2023). Maka sebabnya, penggunaan 10

responden pada pra-survei ini dinilai memadai untuk menggali *insight* awal serta mengidentifikasi pola umum yang relevan pada penelitian, sebelum dilaksanakan pengujian pada sampel yang lebih besar.

Berlandaskan hasil pra-survei mengenai pengalaman pengguna untuk memakai website UPOINT.ID, bisa tampak yakni 5 dari 10 responden menilai kualitas website UPOINT.ID sudah cukup baik, khususnya dari segi kemudahan penggunaan serta kejelasan informasi. Responden dalam kelompok mayoritas tersebut menegaskan yakni website mudah dipahami, mempunyai navigasi yang tidak rumit, serta diperkuat informasi harga serta produk yang jelas sehingga proses *top up* terasa cepat serta praktis. Di samping itu, langkah-langkah *top up* yang disajikan secara runtut dinilai membantu pengguna, terutama untuk pengguna yang sudah terbiasa memakai platform tersebut. Tapi demikian, hasil pra-survei juga memperlihatkan adanya beberapa catatan yang perlu diperhatikan. Sebagian responden menilai bahwa tampilan website masih terkesan monoton dan ada beberapa bagian yang kurang rapih. Di samping itu, ada responden yang mengungkapkan kesulitan untuk mencari *game* tertentu sebab fitur pencarian mengharuskan pengetikan nama game secara lengkap. Dari sisi teknis, keluhan terkait kecepatan akses website yang terkadang terasa lambat juga masih ditemukan. Temuan ini memberi indikasi yakni meskipun website UPOINT.ID sudah dinilai cukup baik oleh sebagian besar responden, peningkatan pada aspek desain visual, fitur pencarian, dan performa sistem tetap diperlukan dalam upaya membuat meningkat pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Menurut Anda, bagaimana pengalaman menggunakan website UPOINT.ID dari segi tampilan, kemudahan penggunaan, dan kejelasan informasi saat melakukan top up? ▾

Menurut saya design website terlihat monoton, tetapi mudah digunakan

informasi harga dan produk jelas, jadi proses top up terasa cepat.

Secara umum mudah digunakan, tapi masih ada bagian yang kurang rapi.

Bagi pengguna baru, website cukup intuitif

saya sempat kesulitan mencari game di website (harus ketik nama game secara full)

Saya suka karena navigasinya nggak ribet dan langkah-langkah top up dijelaskan

Saya merasa website kadang lambat saat diakses

secara keseluruhan website cukup membantu, tapi masih bisa ditingkatkan dari segi desain

☐ Website cukup membantu, terutama bagi pengguna lama

Gambar 1. 4 Hasil Pra-Survei Pengguna Mengenai Kualitas Website UPOINT.ID

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Berlandaskan hasil pra-survei mengenai pengalaman pengguna pada layanan *online* yang dibagikan oleh UPOINT.ID, bisa tampak yakni 6 dari 10 responden menilai *e-service quality* yang dibagikan sudah cukup baik. Responden dalam kelompok mayoritas tersebut menyampaikan bahwa proses transaksi umumnya berjalan lancar dan cepat, serta jarang mengalami kendala yang berarti. Di samping itu, notifikasi transaksi dinilai membagikan rasa aman bagi pengguna, dan layanan *customer service* dianggap cukup membantu untuk menangani permasalahan yang muncul. Tapi demikian, hasil pra-survei juga memperlihatkan adanya beberapa catatan terkait konsistensi kualitas layanan. Sebagian responden mengungkapkan bahwa respon *customer service* belum selalu konsisten, di mana pada kondisi tertentu respon terasa cepat, tapi pada situasi lain terutama ketika volume transaksi sedang tinggi respon layanan dirasakan lambat atau tidak segera ditanggapi. Beberapa dari mereka juga perlu menghubungi sosial media ataupun email UPOINT.ID untuk melaksanakan

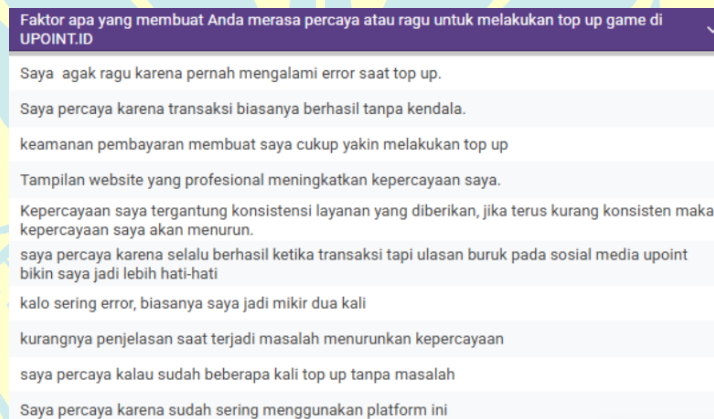
pengaduan. Di samping itu, ada pengalaman keterlambatan saldo masuk tanpa penjelasan yang jelas, serta keluhan yang pada akhirnya bisa diselesaikan tapi memerlukan waktu yang relatif lama. Temuan ini memberi indikasi yakni meskipun *e-service quality* UPOINT.ID dinilai cukup memuaskan oleh mayoritas responden, peningkatan pada aspek kecepatan, konsistensi respon, serta kejelasan informasi layanan masih diperlukan untuk membuat meningkat kualitas layanan *online* UPOINT.ID secara keseluruhan.

Gambar 1. 5 Hasil Pra-Survei Pengguna Terkait Pengalaman E-Service UPOINT.ID

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Berlandaskan hasil pra-survei terkait tingkat kepercayaan pengguna pada platform *top up game* UPOINT.ID, bisa tampak yakni sebagian besar responden merasa percaya untuk melaksanakan *top up* sebab pengalaman transaksi yang umumnya berhasil tanpa kendala serta keamanan pembayaran yang dinilai cukup meyakinkan. Di samping itu, tampilan website yang terlihat profesional dan pengalaman penggunaan berulang tanpa masalah turut membuat meningkat

kepercayaan pengguna pada platform. Tapi demikian, pra-survei juga memperlihatkan adanya faktor-faktor yang menimbulkan keraguan. Beberapa responden menegaskan yakni pengalaman error saat *top up*, kurangnya penjelasan ketika terjadi masalah, serta persepsi terhadap inkonsistensi layanan bisa menurunkan tingkat kepercayaan. Di samping itu, keberadaan ulasan negatif di media sosial juga membuat sebagian pengguna menjadi lebih berhati-hati meskipun mempunyai pengalaman transaksi yang relatif baik. Temuan ini memperlihatkan terkait kepercayaan pengguna terhadap UPOINT.ID sangat dipengaruhi pengaruh oleh konsistensi layanan, keandalan sistem, serta transparansi pada penanganan masalah.



Faktor apa yang membuat Anda merasa percaya atau ragu untuk melakukan top up game di UPOINT.ID

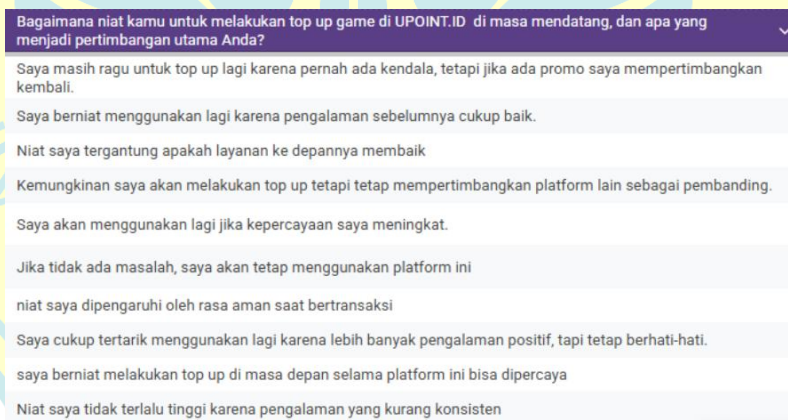
- Saya agak ragu karena pernah mengalami error saat top up.
- Saya percaya karena transaksi biasanya berhasil tanpa kendala.
- keamanan pembayaran membuat saya cukup yakin melakukan top up
- Tampilan website yang profesional meningkatkan kepercayaan saya.
- Kepercayaan saya tergantung konsistensi layanan yang diberikan, jika terus kurang konsisten maka kepercayaan saya akan menurun.
- saya percaya karena selalu berhasil ketika transaksi tapi ulasan buruk pada sosial media upoint bikin saya jadi lebih hati-hati
- kalo sering error, biasanya saya jadi mikir dua kali
- kurangnya penjelasan saat terjadi masalah menurunkan kepercayaan
- saya percaya kalau sudah beberapa kali top up tanpa masalah
- Saya percaya karena sudah sering menggunakan platform ini

Gambar 1. 6 Hasil Pra-Survei Pengguna Mengenai Kepercayaan pada platform UPOINT.ID

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Niat pengguna untuk melaksanakan *top up game* di UPOINT.ID di masa mendatang cenderung mempunyai sifat kondisional. Sebagian responden menegaskan berniat untuk kembali memakai platform tersebut sebab pengalaman sebelumnya yang cukup baik dan minim kendala. Rasa aman saat bertransaksi serta kepercayaan pada

platform menjadi pertimbangan utama yang menguatkan niat pengguna untuk melaksanakan *top up* kembali. Di sisi lain, beberapa responden masih memperlihatkan keraguan akibat pengalaman yang kurang konsisten, seperti kendala transaksi atau kualitas layanan yang belum stabil. Kondisi ini membuat pengguna cenderung lebih berhati-hati, mempertimbangkan platform lain sebagai pembanding, serta menunggu adanya peningkatan layanan atau faktor tambahan seperti promo sebelum memutuskan untuk melaksanakan *top up* kembali. Temuan ini memberi indikasi yakni *purchase intention* pengguna terhadap UPOINT.ID dibagikan pengaruh oleh pengalaman sebelumnya, tingkat kepercayaan, serta persepsi terhadap kualitas layanan yang diterima.



Bagaimana niat kamu untuk melakukan top up game di UPOINT.ID di masa mendatang, dan apa yang menjadi pertimbangan utama Anda?

- Saya masih ragu untuk top up lagi karena pernah ada kendala, tetapi jika ada promo saya mempertimbangkan kembali.
- Saya berniat menggunakan lagi karena pengalaman sebelumnya cukup baik.
- Niat saya tergantung apakah layanan ke depannya membaik
- Kemungkinan saya akan melakukan top up tetapi tetap mempertimbangkan platform lain sebagai pembanding.
- Saya akan menggunakan lagi jika kepercayaan saya meningkat.
- Jika tidak ada masalah, saya akan tetap menggunakan platform ini
- niat saya dipengaruhi oleh rasa aman saat bertransaksi
- Saya cukup tertarik menggunakan lagi karena lebih banyak pengalaman positif, tapi tetap berhati-hati.
- saya berniat melakukan top up di masa depan selama platform ini bisa dipercaya
- Niat saya tidak terlalu tinggi karena pengalaman yang kurang konsisten

Gambar 1. 7 Hasil Pra-Survei Pengguna Mengenai Niat Pembelian UPOINT.ID

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Meskipun industri *game* digital dan aktivitas *top up game* di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pada platform *top up* belum sepenuhnya diikuti oleh realisasi transaksi pembelian. Fenomena ini juga terjadi pada UPOINT.ID, di mana masih ditemukan *item top up* yang belum terjual meskipun platform menyediakan layanan

dan pilihan game yang beragam. Hasil pra-survei memperlihatkan terkait *website quality* serta *e-service quality* UPOINT.ID dinilai cukup baik oleh sebagian besar pengguna, tapi masih ada keluhan terkait konsistensi layanan, performa website, serta kejelasan penanganan masalah. Kondisi tersebut berdampak pada tingkat kepercayaan pengguna yang cenderung tidak stabil dan menyebabkan niat pembelian mempunyai sifat kondisional.

Maka sebabnya, ada gap antara tingginya potensi dan aktivitas *top up game* dengan belum optimalnya *purchase intention* pengguna, maka perlu dikaji lebih lanjut peran *website quality* dan *e-service quality* untuk membangun *trust* serta pengaruhnya terhadap *purchase intention* pengguna UPOINT.ID.

1.2. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah di atas, maka bisa ditentukan rumusan masalah yakni:

1. Apakah *website quality* berpengaruh pada *purchase intention* terhadap platform UPOINT.ID?
2. Apakah *e-service quality* berpengaruh pada *purchase intention* terhadap platform UPOINT.ID?
3. Apakah *trust* berpengaruh pada *purchase intention* terhadap platform UPOINT.ID?
4. Apakah *website quality* berpengaruh pada *trust* terhadap platform UPOINT.ID?
5. Apakah *e-service quality* berpengaruh pada *trust* terhadap platform UPOINT.ID?

6. Apakah *website quality* berpengaruh pada *purchase intention* melalui *trust* pada platform UPOINT.ID?
7. Apakah *e-service quality* berpengaruh pada *purchase intention* melalui *trust* pada platform UPOINT.ID?

1.3. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah di atas, maka bisa ditentukan tujuan penelitian ini yakni:

1. Mengetahui pengaruh *website quality* terhadap *purchase intention* terhadap platform UPOINT.ID.
2. Mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *purchase intention* terhadap platform UPOINT.ID.
3. Mengetahui pengaruh *trust* terhadap *purchase intention* terhadap platform UPOINT.ID.
4. Mengetahui pengaruh *website quality* terhadap *trust* pada platform UPOINT.ID
5. Mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *trust* terhadap platform UPOINT.ID.
6. Mengetahui pengaruh *website quality* terhadap *purchase intention* melalui *trust* terhadap platform UPOINT.ID.
7. Mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *purchase intention* melalui *trust* terhadap platform UPOINT.ID.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai sejumlah manfaat berlandaskan hasil temuan penelitian yakni:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diupayakan bisa membagikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang bisnis digital, terkhusus yang mempunyai kaitan pada perilaku konsumen dalam transaksi digital pada platform *top up game*. Hasil penelitian ini diupayakan bisa memperkaya kajian empiris mengenai pengaruh *website quality* serta *e-service quality* terhadap *purchase intention*, serta peran *trust* selaku variabel mediasi pada konteks platform digital. Di samping itu, penelitian ini diupayakan bisa menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji kualitas sistem dan layanan digital untuk membentuk kepercayaan dan niat pembelian pengguna.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini mempunyai manfaat praktis bagi perusahaan atau platform, dan konsumen. Berikut ialah manfaatnya:

1. Bagi perusahaan atau platform

Hasil penelitian ini diupayakan bisa menjadi bahan evaluasi serta masukan bagi pengelola platform UPOINT.ID untuk membuat meningkat kualitas website dan kualitas layanan digital yang dibagikan kepada pengguna. Temuan penelitian ini bisa dipakai selaku dasar pada pengambilan keputusan strategis untuk menguatkan kepercayaan pengguna dan menguatkan peningkatan *purchase intention* secara berkelanjutan.

2. Untuk pengguna platform

Penelitian ini diupayakan bisa membagikan gambaran terkait sejumlah faktor yang membagikan pengaruh niat pembelian dalam transaksi *top up* digital. Pada peningkatan kualitas website, layanan, serta kepercayaan, pengguna diupayakan meraih pengalaman transaksi yang lebih aman, nyaman, dan memuaskan.



Intelligentia - Dignitas