

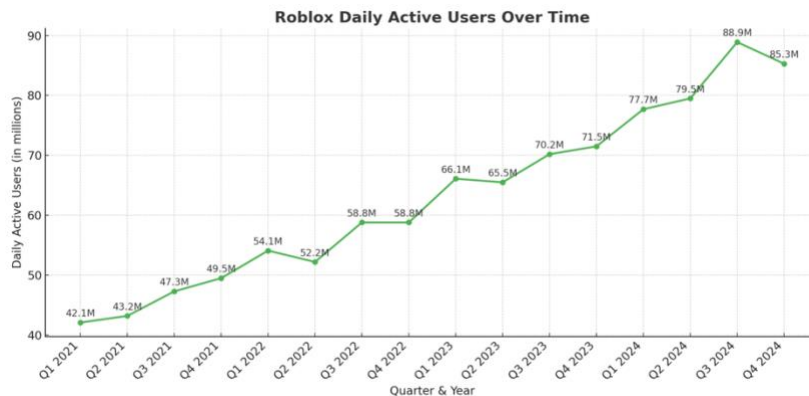
1. Pendahuluan

Dalam satu dekade terakhir, industri *game online* mengalami perkembangan yang sangat pesat secara global, perkembangan tersebut terdorong oleh kemajuan teknologi digital, akses internet yang semakin mudah, serta meningkatnya penggunaan perangkat mobile. Game kini tidak lagi sekadar hiburan, tetapi telah menjadi sebuah ruang interaksi sosial, ekonomi, dan edukasi yang mampu memengaruhi perilaku digital generasi muda (Sopiandi & Susanti, 2022).

Salah satu inovasi besar dalam perkembangan ini adalah *metaverse*, yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berkreasi, dan bertransaksi secara *real time* melalui avatar digital. *Metaverse* memadukan berbagai teknologi seperti *augmented reality* (AR), *virtual reality* (VR), serta jejaring sosial, sehingga menciptakan pengalaman imersif yang meniru dunia nyata. (Sopiandi & Susanti, 2022).

Beberapa platform *metaverse* populer seperti Roblox, Minecraft, dan Fornite memadukan dunia virtual, kreativitas pengguna, dan interaksi sosial dalam satu ekosistem digital. Menurut laporan data CyberPost (2025), di antara berbagai platform tersebut, Roblox paling menonjol karena memungkinkan pengguna untuk menciptakan dunia virtual sendiri (*user generated content*), sehingga pengguna bukan berperan hanya menjadi pemain namun menjadi pembuat konten juga.

Gambar 1.1 How Many People Play Roblox



Sumber aitechtonic.com

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat bahwa jumlah pengguna Roblox mendapati perkembangan benar-benar pesat di beberapa tahun ke belakang. Berdasarkan laporan data oleh Jha Vidyut (2025), pada akhir kuartal IV 2024 Roblox mencatat 85,3 juta pengguna aktif harian (DAU), tumbuh 19% dari tahun sebelumnya, meski sempat mengalami penurunan 4% dari kuartal sebelumnya. Secara keseluruhan, jumlah pengguna Roblox tercatat naik hingga dua kali lebih semenjak tahun 2021.

Masih dalam laporan data Jha Vidyut (2025), total waktu bermain pengguna mencapai 18,7 miliar jam hanya dalam satu kuartal, dengan total yang dihabiskan pengguna Roblox selama 2024 diperkirakan sekitar 73,5 miliar jam. Angka ini menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan (*engagement rate*) pengguna yang menandakan bahwa adanya keterikatan emosional dan sosial yang kuat antara pengguna dan platform.

Lebih lanjut, berdasarkan laporan data oleh Rupesh (2025), pada pertengahan tahun 2025 Roblox telah memiliki sekitar 380 juta pengguna aktif bulanan (MAU) diseluruh dunia. Pertumbuhan berkelanjutan ini menjadi bukti bahwa Roblox mampu beradaptasi terhadap perubahan perilaku pengguna dan tren *metaverse* yang semakin kuat, yang menjadikannya sebagai salah satu pelopor utama dalam industri platform kreatif dan interaktif.

Fenomena ini juga diiringi oleh perubahan demografis yang cukup signifikan merujuk pada pergeseran karakteristik pengguna Roblox. Pada awal kemunculannya Roblox didominasi oleh anak-anak di bawah usia 13 tahun yang berfokus pada aktivitas bermain dan eksplorasi sederhana. Berdasarkan data oleh Babber (2025), menunjukkan bahwa kini lebih dari 52 juta pengguna harian berasal dari kelompok usia di atas 13 tahun, sedangkan pengguna di bawah usia 13 tahun berjumlah sekitar 32 juta pengguna. Pergeseran ini menandakan bahwa Roblox kini tidak lagi dapat dipandang sebagai “*game* anak-anak”, melainkan telah berkembang menjadi platform hiburan digital yang juga menarik banyak minat remaja dan dewasa muda (Gen Z).

Keberhasilan Roblox tidak lepas dari dukungan ekosistem kreator (*creator economy*) melalui Roblox Studio, yang memberikan kesempatan siapa saja untuk membuat dan memonetisasi konten, Roblox bahkan membayar jutaan dolar setiap tahun kepada kreator sebagai bentuk dukungan terhadap ekonomi digital kreatif (L. Robert A, 2025). Selain itu keberhasilan Roblox juga didorong oleh konten buatan pengguna (*user generated content*) yang populer secara global, seperti *Brookhaven RP* dan *Adopt Me!*. Game-game tersebut berhasil menarik jutaan pemain dan secara konsisten diperbarui oleh kreatornya, sehingga menciptakan siklus inovasi dan keterlibatan pengguna yang berkelanjutan (H. Adam 2025).

Aspek lain yang turut memperkuat keberhasilan Roblox adalah dengan menerapkan model *free-to-play* (F2P) yang didukung oleh sistem *microtransaction*. Melalui pendekatan ini pengguna dapat mengunduh dan memainkan Roblox tanpa biaya awal, namun tetap memiliki opsi untuk melakukan pembelian item virtual menggunakan mata uang dalam game yaitu Robux (CyberPost, 2025).

Dengan jumlah melebihi 380 juta pengguna aktif bulanan (MAU), Roblox saat ini menjadi salah satu platform *metaverse* terbesar di dunia, khususnya dengan basis pengguna yang didominasi oleh Generasi Z (R. Mario, 2025). Di Indonesia, Roblox banyak digunakan oleh generasi muda sebagai sarana hiburan dan ruang sosial digital. Meskipun mengalami pertumbuhan pengguna yang signifikan dan didukung oleh perubahan demografis, tingkat kepuasan pengguna tidak selalu tinggi, sehingga sebagian pengguna memilih untuk berhenti bermain akibat pengalaman yang kurang memuaskan (F. Raka *et al.*, 2024). Kondisi ini mendorong Roblox untuk menghadirkan berbagai fitur baru guna menarik pengguna baru sekaligus mendorong pengguna lama untuk kembali, yang mana ini memperlihatkan kesenjangan antara tingkat partisipasi awal dan keberlanjutan penggunaan platform dalam jangka panjang.

Salah satu faktor yang memengaruhi *continuance intention* adalah *social influence*, menggambarkan sejauh mana perilaku seseorang dipengaruhi oleh orang lain di sekitarnya, baik melalui teman sebaya, komunitas, maupun figure publik di media sosial (Keraf *et al.*, 2025). Temuan dari penelitiannya Irsyad & Hapsari (2023) menjelaskan *social influence* mempengaruhi *continuance intention* secara positif, dengan arti adanya dukungan sosial dapat mendorong pengguna untuk terus menggunakan platform. Sedangkan temuan dari penelitian

Ubaidillah *et al.* (2023) mengungkapkan *social influence* tidak memberikan pengaruh untuk *continuance intention*, sehingga menunjukkan keputusan pengguna untuk tetap menggunakan platform lebih dipengaruhi faktor internal seperti pengalaman dan persepsi pribadi pengguna.

Faktor kedua yang memengaruhi *continuance intention* yaitu *perceived usefulness* yang menjelaskan tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan Roblox dapat memberi manfaat atau nilai positif bagi mereka. Hasil temuan penelitian Damanik *et al.* (2022), mengungkapkan *perceived usefulness* mempengaruhi *continuance intention* secara positif. Sehingga menandakan bila manfaat yang pengguna rasakan lebih besar akan membuat keinginannya lebih tinggi untuk terus menggunakan platform tersebut. Tetapi, hasil penelitian Puspasari & Rojuaniah (2023), menunjukkan temuan yang berbeda, yaitu *perceived usefulness* mempunyai pengaruh yang negatif kepada *continuance intention*. Artinya bahwa persepsi manfaat tidak selalu menjadi penentu utama niat untuk terus menggunakan platform.

Perbedaan temuan sebelumnya mengenai pengaruh diantara *social influence* dan *perceived usefulness* dengan *continuance intention*, maka penelitian ini memasukkan *satisfaction* sebagai variabel mediasi untuk memberi pemahaman yang lebih lengkap. *Satisfaction* muncul apabila pengalaman yang diperoleh sesuai ataupun diatas ekspektasi pengguna, baik dari sisi interaksi sosial, kemudahan penggunaan, maupun fitur kreatif yang tersedia (Septiani *et al.*, 2022). Fokus pada pengguna Roblox menjadikan penelitian ini berbeda dengan penelitian lainnya karena belum banyak studi yang menyoroti peran *satisfaction* pada konteks platform tersebut.

Sesuai *research gap* serta latar belakang masalah yang sebelumnya sudah dijabarkan, untuk memberi arah secara jelas dan mempermudah pembahasan, untuk rumusan masalah akan difokuskan dengan: (1) Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *continuance intention* pengguna Roblox, (2) Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention* pengguna Roblox, (3) Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance intention* pengguna Roblox, (4) Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *satisfaction* pengguna Roblox, (5) Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *satisfaction* pengguna Roblox, (6) Apakah *satisfaction* memediasi pengaruh *social influence* terhadap *continuance intention* pengguna Roblox, (7) Apakah *satisfaction* memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pengguna Roblox.

2. Kajian Pustaka

Pendekatan yang dipergunakan berupa kuantitatif melalui jenis penelitian asosiatif, di mana tujuannya yaitu untuk menguji pengaruh dan hubungan diantara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun *social influence* dan *perceived usefulness* di sini menjadi variabel independen, *continuance intention* menjadi variabel dependen, kemudian *satisfaction* berperan menjadi variabel mediasi.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Expectation Confirmation Model (ECM)

Expectation Confirmation Model (ECM) yaitu pengembangan *Expectation Confirmation Theory* (ECT) di mana awalnya dinyatakan Oliver (1980) dari konteks kepuasan konsumen, kemudian diperluas Bhattacharjee (2001) ke ranah sistem informasi. Teori ini menjelaskan niat keberlanjutan pengguna terhadap suatu platform berdasarkan sejauh manakah pengalaman aktual mereka sesuai harapan. *Expectation Confirmation Model* (ECM) masih banyak

digunakan dalam penelitian sebelumnya dan masih terbukti relevan hingga saat ini. Dalam konteks Roblox, apabila pengguna merasakan bahwa Roblox dapat memberikan pengalaman bermain yang menyenangkan, memberi kemudahan dan nilai sosial yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi, maka pengguna akan mengalami konfirmasi positif yang menumbuhkan kepuasan serta meningkatkan niat untuk terus menggunakan Roblox. Sebaliknya, jika pengalaman penggunaan tidak sesuai harapan, maka terjadi diskonfirmasi negatif yang dapat menurunkan kepuasan dan mengurangi keinginan untuk melanjutkan penggunaan Roblox (Keraf *et al.*, 2025).

2.1.2 Roblox

Roblox adalah platform *game online* sekaligus ruang sosial kreatif yang memberikan kesempatan bagi pengguna, khususnya kalangan muda, untuk berinteraksi, berkolaborasi, serta menciptakan pengalaman bermain di dunia virtual tiga dimensi. Melalui fitur kustomisasi avatar, komunikasi antarpengguna, dan kegiatan kolaboratif, Roblox menjadi media bagi pengguna untuk mengekspresikan diri sekaligus membentuk jejaring sosial digital yang dinamis (Wulandari *et al.*, 2025). Dalam konteks perilaku pengguna, platform ini menggambarkan bagaimana pengaruh sosial, persepsi manfaat, serta tingkat kepuasan pengguna dapat memengaruhi keinginan pengguna untuk terus menggunakan atau bermain platform tersebut di lingkungan virtual yang interaktif dan partisipatif (Keraf *et al.*, 2025).

2.1.3 Continuance Intention

Bhattacharjee (2001) mengungkapkan, *continuance intention* yaitu niat seseorang agar tetap menggunakan sistem atau layanan setelah pengalaman awalnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Palullungan (2022), niat berkelanjutan dipengaruhi oleh kepuasan, persepsi manfaat, dan pengaruh sosial. Kemudian, hasil temuan penelitian oleh Puspitasari *et al.* (2018) bahwa aspek gratifikasi dan pengalaman emosional memperkuat keterikatan pengguna terhadap suatu platform. Bisa dipahami *continuance intention* berarti niat pemain agar terus bermain dan terlibat dalam platform Roblox setelah pengalaman awal yang positif.

Adapun Indikator dari *Continuance Intention* (Putra *et al.*, 2023):

1. Niat untuk terus menggunakan daripada berhenti
2. Niat untuk terus menggunakan dibanding beralih ke platform lain
3. Niat meningkatkan penggunaan di masa depan

2.1.4 Social Influence

Venkatesh & Davis (2000) mengungkapkan, *social influence* yakni seberapa jauh persepsi seseorang terhadap penggunaan suatu sistem atau layanan dipengaruhi oleh pendapat, rekomendasi, atau tekanan sosial dari orang lain. Menurut penelitian Keraf *et al.* (2025) didapati pengaruh sosial termasuk menjadi faktor utama dalam memberikan pengaruh untuk kepuasan dan niat berkelanjutan pemain *game online*. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan individu untuk tetap bermain atau menggunakan Roblox dapat meningkat karena adanya dorongan sosial dari teman atau komunitasnya.

Terdapat indikator *social influence* (Richard Andrew *et al.*, 2021):

1. Subjective Norm, dorongannya orang dekat ataupun teman agar tetap bermain Roblox.
2. Faktor Sosial, pengaruh kebiasaan dan budaya komunitas Roblox, seperti mengikuti tren *game* dan cara bermain umum dalam *game*.

3. Image (Citra Sosial), keyakinan bahwa aktif bermain Roblox dan memiliki avatar atau item tertentu dapat meningkatkan citra sosial pemain.

2.1.5 *Perceived Usefulness*

Davis (1989) mengungkapkan, *perceived usefulness* yaitu keyakinan pengguna bahwasanya sebuah sistem mampu meningkatkan efektivitas, produktivitas, ataupun nilai tambah dalam aktivitas mereka. Konsep ini menjadi komponen utama dari *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana mengungkapkan pengguna akan menerima teknologi apabila mereka menilai sistem tersebut bermanfaat dan membantu pekerjaan mereka. Temuan penelitian oleh Lubis *et al.* (2025), *perceived usefulness* menjadi determinan utama *continuance intention*, di mana pengguna akan terus mempergunakan sistem apabila mereka merasa manfaatnya signifikan. Dapat disimpulkan bahwa, adanya keyakinan pemain bahwa Roblox dapat memberikan manfaat nyata, seperti hiburan, kreativitas, dan interaksi sosial yang dapat meningkatkan kepuasan bermain.

Adapun indikator *Perceived Usefulness* (Putra *et al.*, 2023):

1. Meningkatkan kinerja, membantu meningkatkan kreativitas dan keterampilan pemain
2. Meningkatkan produktivitas, membuat aktivitas bermain menjadi lebih bermanfaat dan produktif
3. Meningkatkan efektivitas, membantu memudahkan pemain dalam berkolaborasi dan berinteraksi dengan orang lain
4. Memberikan manfaat secara keseluruhan, Roblox memberikan manfaat positif bagi pengalaman hiburan dan pembelajaran pemain

2.1.6 *Satisfaction*

Menurut Bhattacharjee (2001), *Satisfaction* menggambarkan tingkatan kepuasan dari pengguna sesudah mempergunakan sistem atau layanan. Kepuasan muncul ketika kinerja sistem sesuai atau melebihi ekspektasi pengguna. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo & Syaebani (2024), menjelaskan kepuasan pengguna menjadi faktor utama dalam mendorong niat agar terus mempergunakan suatu platform. Hal serupa juga diungkapkan oleh Nugroho (2024), bahwa kepuasan meningkat melalui aspek gamifikasi dan pengalaman pengguna yang positif. Dapat disimpulkan bahwa, *satisfaction* mencerminkan tingkat kepuasan pemain setelah merasakan pengalaman bermain yang menyenangkan, interaktif, dan sesuai harapan.

Berikut adalah indikator *Satisfaction* (Putra *et al.*, 2023):

1. Kepuasan terhadap pengalaman bermain
2. Perasaan positif setelah bermain
3. Kepuasan secara keseluruhan
4. Keputusan penggunaan berkelanjutan

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Penelitian	Judul Penelitian	Teknik Analisis	Hasil
Sinambela Adi & T. Viany (2024)	<i>“Personal Innovativeness and Perceived Usefulness; Key Drives of Satisfaction and Continuance Intention in The Roblox Metaverse”</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Personal innovativeness, perceived usefulness, serta perceived ease of use mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara personal innovativeness dan perceived usefulness juga memengaruhi niat keberlanjutan. Namun, perceived enjoyment dibuktikan tidak memberikan pengaruh signifikan kepada keduanya.</i>
Damanik et al. (2022)	<i>“Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet di Kota Medan”</i>	<i>Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>	<i>Perceived usefulness, perceived enjoyment, trust, serta satisfaction mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap continuance intention, baik langsung ataupun tidak langsung dengan kepuasan.</i>
Irsyad & Hapsari (2023)	<i>“Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Dan Social Influence Terhadap Continuance Intention”</i>	<i>Explanatory Research</i>	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, serta social influence memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap continuance intention pengguna untuk menggunakan metode pembayaran QRIS</i>
Putra et al. (2023)	<i>“Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived</i>	<i>Path Analysis</i>	<i>Perceived ease of use, perceived enjoyment mempunyai pengaruh</i>

Nama Penelitian	Judul Penelitian	Teknik Analisis	Hasil
	<i>Usefulness, dan Satisfaction terhadap Continued IT Usage Intention: Expected-Confirmation Model (ECM)</i>		secara langsung sekaligus signifikan terhadap kepuasan, yang selanjutnya mendorong terbentuknya niat penggunaan berkelanjutan. Sementara itu, <i>perceived usefulness</i> hanya berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat penggunaan keberlanjutan melalui kepuasan.
Keraf <i>et al.</i> (2025)	<i>“Factors Influencing Continuance Intention to Play Online Games”</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Social influence</i> menjadi faktor utama yang memengaruhi <i>continuance intention</i> . Di sisi lain, <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived enjoyment</i> juga mempunyai peranan penting untuk mendorong pemain agar terus mempergunakan game tersebut.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Continuance Intention* Pada Pengguna Roblox

Temuan penelitian Irsyad & Hapsari (2023) mengungkapkan bahwasanya *social influence* memberikan pengaruh yang positif terhadap *continuance intention*. Temuan ini memperlihatkan dukungan dari lingkungan sosial, keterlibatan komunitas, serta norma-norma sosial dalam platform Roblox dapat meningkatkan motivasi pengguna untuk tetap aktif bermain. Kemudian hasil dari penelitiannya Keraf *et al.* (2025) menjelaskan *social influence* mempengaruhi *continuance intention* secara positif. Hal tersebut memperlihatkan pemain yang menerima dorongan dari teman atau merasa nyaman berinteraksi dalam komunitas Roblox akan cenderung melanjutkan penggunaan platform tersebut. Sesuai hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesisnya adalah:

H1: “*Social influence* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention* pada pengguna Roblox”

2.3.2 Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention* Pada Pengguna Roblox

Temuan dari penelitian Pradana & Yolanda (2024) menjelaskan *perceived usefulness* memberikan pengaruh yang positif terhadap *continuance intention*. Artinya *perceived usefulness* muncul saat pengguna merasa bahwa game Roblox membantu mereka menikmati permainan serta memperluas interaksi sosial mereka. Kondisi tersebut selaras pada temuannya Irsyad & Hapsari (2023) di mana *perceived usefulness* mempengaruhi

continuance intention secara positif. Sehingga apabila persepsi manfaat yang pengguna rasakan lebih tinggi, akan semakin kuat keinginan pengguna untuk terus mempergunakan platform. Sesuai hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesisnya adalah:

H2: “*Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention* pada pengguna Roblox”

2.3.3 Pengaruh *Satisfaction* Terhadap *Continuance Intention* Pada Pengguna Roblox

Temuan dari penelitiannya Putra *et al.* (2023) mengungkapkan *satisfaction* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *continuance intention*. Sehingga memperlihatkan tingkat kepuasan pengguna berperan sebagai faktor penting dalam memacu mereka untuk tetap menggunakan suatu platform. Kemudian dari penelitiannya Ubaidillah *et al.* (2023) didapati *satisfaction* mempengaruhi *continuance intention* secara positif. Apabila pemain merasa puas terhadap pengalaman bermain dan interaksi sosial di dalam game cenderung memiliki niat untuk terus menggunakannya. Sesuai hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesisnya adalah:

H3: “*Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention* pada pengguna Roblox”

2.3.4 Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Satisfaction* Pada Pengguna Roblox

Hasil dari penelitiannya Rahmawati *et al.* (2024) mengungkapkan *social influence* memberikan pengaruh yang positif terhadap *satisfaction*. Ketika pengguna menerima dorongan sosial yang positif atau validasi dari lingkungannya, hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan dalam menggunakan Roblox, karena munculnya rasa kebersamaan dan penerimaan sosial. Selaras pada hasil penelitian Hidayanti & Batu (2021) di mana mengungkapkan *social influence* mempengaruhi *satisfaction* secara positif. Pengaruh sosial muncul melalui interaksi antar pemain, dukungan teman, partisipasi dalam komunitas aktif, ketika pemain merasa diterima dan dihargai oleh lingkungannya maka cenderung mengalami kepuasan yang lebih tinggi terhadap pengalaman bermain. Sesuai hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesisnya adalah:

H4: “*Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada pengguna Roblox”

2.3.5 Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Satisfaction* Pada Pengguna Roblox

Hasil dari penelitiannya Witjaksono & Tanjung (2025) mengungkapkan *perceived usefulness* memberikan pengaruh yang positif terhadap *satisfaction*. Artinya saat pengguna merasa Roblox memberikan manfaat, baik untuk hiburan, kreativitas maupun interaksi sosial maka tingkat kepuasan akan meningkat. Selaras pada temuan Suryani *et al.* (2020) di mana *perceived usefulness* mempengaruhi *satisfaction* secara positif. Dengan demikian, persepsi manfaat yang diterima pengguna berkontribusi terhadap tingginya kepuasan pengguna Roblox. Sesuai hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesisnya adalah:

H5: “*Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada pengguna Roblox”

2.3.6 Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Continuance Intention* Dengan *Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Roblox

Hasil dari penelitiannya Yeremia & Magdalena (2025) menjelaskan *social influence* memberikan pengaruh yang positif terhadap *continuance intention*, artinya meningkatnya

pengaruh sosial seperti dukungan teman dan komunitas aktif membuat pemain merasa diterima dan lebih puas saat bermain. Interaksi sosial positif memperkuat keterikatan emosional pemain terhadap platform. Selanjutnya hasil penelitian oleh Putra *et al.* (2023) mengungkapkan *satisfaction* mempengaruhi *continuance intention* secara positif. Sehingga kepuasan yang tinggi mendorong *continuance intention*, yang kemudian memunculkan niat untuk terus bermain dan berinteraksi. Sehingga kepuasan memiliki peranan menjadi mediasi dalam menjembatani pengaruh sosial terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Sesuai hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesisnya adalah:

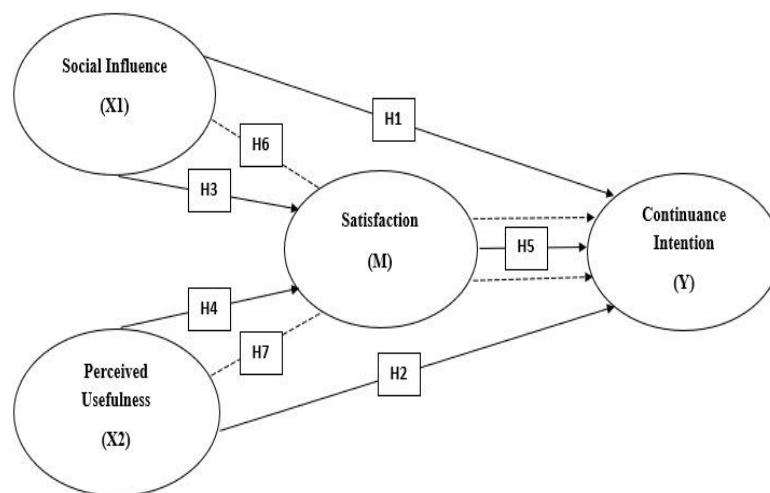
H6: “Social Influence berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention* dengan *Satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pengguna Roblox”

2.3.7 Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention* Dengan *Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Roblox

Hasil dari penelitiannya Andrew & Ardianti (2022) mengungkapkan *perceived usefulness* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *continuance intention* melalui *satisfaction*. Artinya, manfaat yang pengguna rasakan dari Roblox akan menumbuhkan kepuasan, yang akhirnya akan mendorong keinginan untuk terus menggunakan platform tersebut. Selanjutnya, hasil penelitian oleh Prasetyo (2024) menjelaskan hal serupa di mana *perceived usefulness* memberikan pengaruh yang positif terhadap *continuance intention* melalui *satisfaction*. Tingkat kepuasan dalam menggunakan platform Roblox berperan sebagai faktor yang memperkuat keterkaitan antara persepsi manfaat dan niat penggunaan berkelanjutan tersebut. Sesuai hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesisnya adalah:

H7: “*Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention* dengan *Satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pengguna Roblox”

2.4 Kerangka Model Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Keterangan : Pengaruh Langsung →
 Pengaruh Tidak Langsung →

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan mengacu pada metode kuantitatif, yaitu suatu pendekatan ilmiah yang berlandaskan dengan filsafat positivisme untuk dipergunakan mempelajari kumpulan sampel ataupun populasi. Proses penelitian ini dilaksanakan melalui penggunaan instrumen, seperti kuesioner. Selanjutnya, data dianalisis dengan cara statistik guna menguji hipotesis serta mengetahui hubungan antarvariabel secara objektif (Sugiyono, 2019). Metode untuk mengumpulkan kebutuhan data dilaksanakan secara sederhana, melalui penyebarannya kuesioner ke responden yang dianggap memiliki informasi yang relevan, dengan menerapkan kriteria khusus dalam pemilihannya. Menurut Sugiyono (2019), kisaran banyaknya sampel yang diperlukan pada penelitian umumnya berkisar diantara 30-500 orang.

Kemudian dipergunakan tiga variabel berupa variabel independen, dependen, serta mediasi. Adapun untuk variabel independen ataupun bebas sendiri sebagai yang memengaruhi terdiri dari *social influence* (X1) dan *perceived usefulness* (X2). Kemudian variabel dependen ataupun terikat sebagai yang memperoleh pengaruh berupa *continuance intention* (Y), dengan *satisfaction* berperan menjadi variabel mediasi.

3.2 Populasi

Sugiyono (2019) mengungkapkan, populasi merupakan cakupan umum yang tersusun dengan objek maupun subjek yang punya karakteristik khusus sesuai dengan yang peneliti tetapkan agar bisa dipelajari serta dipergunakan sebagai landasan untuk membentuk kesimpulan. Populasi yang dimaksud di sini yaitu masyarakat yang berdomisili Kota Semarang, dengan jumlah yang tidak diketahui atau bersifat tak terhingga (infinite).

3.3 Sampel dan Teknik Sampling

Sugiyono (2019) mengungkapkan, sampel yakni bagian dari sekumpulan populasi di mana mempunyai karakteristik serta jumlah yang sebanding dengan populasi secara menyeluruh. Populasi yang ditetapkan yaitu mencakup masyarakat Kota Semarang yang berusia 17–27 tahun dan aktif bermain platform Roblox, dengan jumlah pasti yang belum diketahui, sehingga akan dipergunakan *purposive sampling* dalam menentukan kriteria responden dan penyebarannya dilakukan melalui media sosial dengan memanfaatkan rekomendasi dari teman atau jaringan responden untuk menjangkau pengguna lain yang sesuai dengan kriteria penelitian (Creswell & Creswell, 2023). Adapun dalam menetapkan banyaknya sampel yang dibutuhkan, diterapkan rumus LemeShow yang berupa:

$$n = \frac{Z^2 \cdot 1 - \alpha/2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

z = nilai standar 95% = 1,96

P = estimasi maksimal = 0,5

d = alpha (0,10) ataupun sampling eror = 10%

Dari rumus yang telah dinyatakan, jumlah dari sampel bisa ditentukan dengan:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

Hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampel 96,04 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden (n = 100) supaya penelitian menjadi semakin fit (Creswell & Creswell, 2023).

3.4 Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Definisi Konsep dan Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional
1.	<i>Continuance Intention</i>	<i>Continuance intetion</i> merupakan niat seseorang agar terus mempergunakan sistem informasi ataupun teknologi dengan jangka waktu berkelanjutan (Palullungan, 2022)	Niat untuk terus menggunakan daripada berhenti, Niat untuk terus menggunakannya dibanding beralih ke platform lain, Niat meningkatkan penggunaan di masa depan (Putra et al., 2023)
2.	<i>Social Influence</i>	<i>Social influence</i> merupakan sejauh mana seseorang terdorong menggunakan suatu sistem baru karena pengaruh dari orang-orang sekitarnya, seperti teman, keluarga (Richard Andrew., et al 2021)	<i>Subjective Norm, Factor Social, Image</i> (citra sosial), (Richard Andrew., et al 2021)
3.	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived usefulness</i> merupakan seberapa jauh pengguna meyakini sistem yang digunakan dapat memberikan manfaat atau meningkatkan kinerja mereka (Lubis et al., 2025)	Meningkatkan kinerja, Meningkatkan produktivitas, Meningkatkan efektivitas, Memberikan manfaat secara keseluruhan (Putra et al., 2023)
4.	<i>Satisfaction</i>	<i>Satisfaction</i> dapat diartikan sebagai kondisi ketika harapan konsumen terhadap pengalaman yang akan diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau layanan terpenuhi (Putra et al., 2023)	Kepuasan terhadap pengalaman bermain, Perasaan positif setelah bermain, Kepuasan secara keseluruhan, Keputusan penggunaan berkelanjutan (Putra et al., 2023)

3.5 Instrumen Penelitian dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Instrumen Penelitian

Instrumen yaitu alat yang dipergunakan dalam mendapatkan dan mengukur data terkait fenomena, baik dalam lingkungan alamiah ataupun sosial. Fenomena tersebut disebut secara khusus dengan variabel yang menjadi objek utama dalam proses pengumpulan data (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan kebutuhan data di sini dilaksanakan mempergunakan kuesioner, di mana itu berisikan sejumlah pernyataan terkait variabel *continuance Intention*, *social influence*, *perceived usefulness*

serta *satisfaction*. Setiap pernyataan disusun berdasarkan indikator tiap variabel supaya bisa menggambarkan pandangan serta pengalaman responden secara jelas dan terukur.

Kuesioner yang diterapkan mempergunakan skala Likert selaku instrumen pengukuran yang bertujuan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden pada setiap pernyataan. Skala likert, menurut (Sugiyono, 2019), dipergunakan menjadi alat ukur sikap, pendapat, serta persepsi individu ataupun kelompok akan suatu peristiwa sosial. Rincian pengukuran skala tersebut bisa dinyatakan dengan:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Likert

Kode	Kriteria Jawaban	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Data primer di sini dipergunakan menjadi sumber pendukung. Sugiyono (2019) mengungkapkan, data primer yaitu sebuah data yang peneliti kumpulkan secara langsung melalui sumber utama, baik dari individu maupun kelompok, dengan menggunakan berbagai metode seperti observasi, wawancara, atau penyebaran kuesioner. Data yang dikumpulkan bersifat spesifik dan relevan, karena diperoleh secara langsung untuk mendukung kebutuhan serta tujuannya penelitian. Kebutuhan data di sini akan dikumpulkan dari penyebarannya kuesioner mempergunakan link *google form* secara *online* serta pembagian secara langsung kepada responden.

3.6 Alat Analisis Data

Menurut Ghozali & Kusumadewi (2023), *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui pendekatan berupa *Partial Least Squares* (PLS) versi 4 merupakan teknik analisis multivariat yang dipergunakan dalam melakukan analisis untuk hubungan sebab-akibat diantara variabel laten, baik itu memiliki indikator reflektif maupun formatif. Pendekatan ini dianggap sesuai bagi penelitian dengan sifat eksploratif serta prediktif, terutama apabila model penelitiannya tergolong kompleks ataupun sampel yang dipergunakan jumlahnya tidak begitu banyak. Metode SEM-PLS mencakup dua komponen utama, yakni model pengukuran serta model struktural.

3.6.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Ghozali & Kusumadewi (2023), *Outer model* menjadi bagiannya SEM-PLS yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara indikator-indikator yang dapat diukur dengan konstruk laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Model ini digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator melalui beberapa tahapan pengujian yaitu:

- a. *Convergent Validity*, dipergunakan untuk melakukan penilaian seberapa jauh indikator mempunyai sebuah keterkaitan kuat pada konstruk laten yang diukurnya. Indikator di sini akan tergolong valid bila didapatkan *loading factor* dengan nilai $> 0,7$. Namun, apabila nilainya diantara **0,5-0,6**, maka nilai itu tetap bisa diterima. Kemudian pengujian validitas konvergen juga memperhatikan nilai *Average Variance Extracted* (AVE), di mana konstruk dianggap memenuhi kriteria apabila memperoleh $AVE \geq 0,5$ (Setiabudhi *et al.*, 2025).

- b. *Discriminant Validity*, dipergunakan untuk memastikan adanya perbedaan antar konstruk. Uji dilaksanakan melalui nilai *cross loading*, indikator di sini akan tergolong valid bila memperoleh loading dengan nilai paling tinggi dari konstruk yang diukur, serta nilai HTMT (Heterotrait-monotrait ratio), indikator dinyatakan valid apabila konstruk berada pada batas yang ditetapkan yaitu $< 0,90$ (Setiabudhi *et al.*, 2025).
- c. Uji Reliabilitas, dipergunakan untuk mengetahui seberapa konsisten indikator-indikator dari sebuah konstruk dalam mengukur konsep yang serupa. Sebuah konstruk akan tergolong reliabel bila reliabilitasnya 0,7 atau lebih. Uji reliabilitas biasanya menggunakan dengan dua ukuran, yaitu *Cronbach's Alpha* serta *Composite Reliability*, dengan minimum nilai 0,7 telah menunjukkan indikator sudah cukup konsisten (Setiabudhi *et al.*, 2025).

3.6.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Ghozali & Kusumadewi (2023) mengungkapkan, *Inner Model* dipergunakan dalam menggambarkan sebuah hubungan diantara konstruk laten sesuai hipotesis yang peneliti rumuskan. Dengan model tersebut bisa diketahui arah serta besar dari pengaruh diantara variabel laten. Model ini dilakukan melalui beberapa tahapan pengujian yaitu:

- a. Nilai R^2 (*Coefficient of Determination*), dipergunakan dalam menentukan sebesar apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai R^2 berada pada rentang 0 sampai 1, di mana pengaruh kuat memiliki nilai 0,75, pengaruh sedang (moderat) memiliki nilai 0,50, pengaruh lemah memiliki nilai 0,25 (Setiabudhi *et al.*, 2025).
- b. Nilai Q^2 (*Prediction Relevance*), dipergunakan dalam melihat apakah model mampu memprediksi variabel yang diteliti. Apabila nilai Q^2 lebih besar dari nol, hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik (*predictive relevance*). Sebaliknya, jika nilai Q^2 kurang dari nol, maka model dinilai kurang mampu menjelaskan dan memprediksi variabel penelitian secara memadai (Ghozali & Kusumadewi, 2023).
- c. Nilai F^2 (*Effect Size*), dipergunakan dalam memahami seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen pada model. Kriteria Nilai F^2 yaitu pengaruh kecil sejumlah 0,02, sedang sejumlah 0,15, sedangkan 0,35 pengaruh kuat ataupun besar yakni sejumlah 0,35 (Ghozali & Kusumadewi, 2023).
- d. *Path Coefficients*, dipergunakan dalam menunjukkan arah dan kekuatan hubungan diantara variabel, dari pengaruhnya itu langsung (*direct effects*) ataupun yang tidak (*indirect effects*) melalui variabel mediasi. Nilai koefisien ada diantara -1 sampai $+1$, di mana untuk nilai lebih dekat dengan $+1$ mencerminkan pengaruh positif kuat, sementara yang lebih dekat -1 mencerminkan pengaruh negatif kuat. Pengujian signifikansi diselenggarakan mempergunakan teknik bootstrapping dalam tingkatan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan pendekatan *one-tailed test* dengan batasan 1,645, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak bila didapatkan p-value dengan nilai $< 0,05$ (Setiabudhi *et al.*, 2025).
- e. *Variance Accounted For* (VAF), digunakan untuk menentukan jenis mediasi yang terjadi. Nilai VAF dihitung dari perbandingan pengaruh tidak langsung terhadap pengaruh total, mengacu pada Ghozali & Kusumadewi (2023), nilai VAF $< 20\%$ menunjukkan tidak adanya mediasi, nilai 20%-80% menunjukkan mediasi parsial, nilai $> 80\%$ menunjukkan mediasi penuh.