



Pengaruh Perspektif Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada pengguna Game Online *Mobile Legends* : Bang-Bang di Kota Samarinda)

Ivan Firdaus¹, Dwi Martiyanti²

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda ^{1,2}

*Email Korespondensi: ivanfird0@gmail.com

Diterima: 20-05-2026 | Disetujui: 25-05-2026 | Diterbitkan: 27-05-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived ease of use on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable among Mobile Legends: Bang-Bang online game users in Samarinda City. This study employed a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 130 respondents who were active Mobile Legends users in Samarinda City. The sampling technique used was purposive sampling with the criteria that respondents actively played at least two matches per week. Data analysis was conducted using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The results of this study indicate that perceived ease of use has a positive and significant effect on customer satisfaction. Perceived ease of use also has a positive and significant effect on customer loyalty. In addition, customer satisfaction was proven to have a positive and significant effect on customer loyalty. This study also found that customer satisfaction is able to mediate the relationship between perceived ease of use and customer loyalty among Mobile Legends: Bang-Bang users in Samarinda City. The findings of this study imply that the easier a game is to use, the higher the level of user satisfaction and loyalty toward the game. Therefore, game developers need to pay attention to the aspect of ease of use in order to increase user satisfaction and maintain customer loyalty.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Mobile Legends: Bang-Bang, PLS-SEM.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perspektif kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna game online Mobile Legends: Bang-Bang di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 130 responden yang merupakan pengguna aktif Mobile Legends di Kota Samarinda. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden yang aktif bermain minimal dua pertandingan dalam satu minggu. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perspektif kemudahan penggunaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu,

kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara perspektif kemudahan penggunaan dan loyalitas pelanggan pada pengguna game Mobile Legends: Bang-Bang di Kota Samarinda. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa semakin mudah suatu game digunakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap game tersebut. Oleh karena itu, pengembang game perlu memperhatikan aspek kemudahan penggunaan untuk meningkatkan kepuasan serta mempertahankan loyalitas pengguna.

Kata Kunci: Perspektif Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Mobile Legends: Bang-Bang, PLS-SEM.

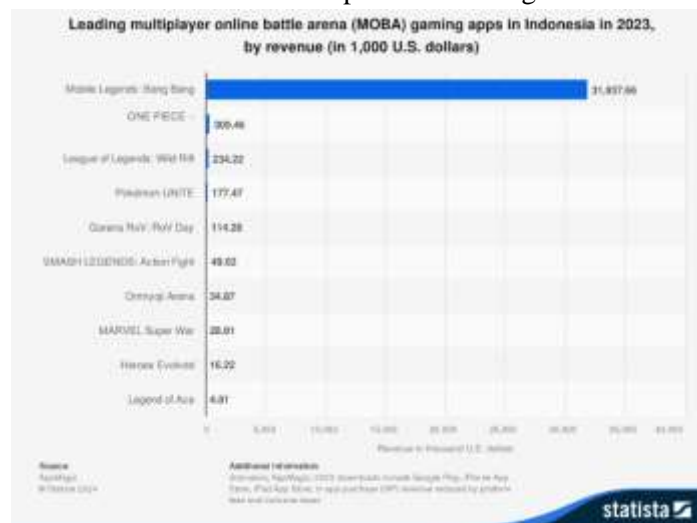
Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nama Penulis Pertama, & Nama Penulis Kedua. (2025). Judul Artikel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, Volume (No), Hal.

PENDAHULUAN

Pada era digital seperti saat ini, dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Teknologi akan terus berkembang dengan cepat terutama perkembangan teknologi dalam bidang hiburan yaitu salah satunya adalah *game Online* (Wahyudi, 2022). Perkembangan teknologi membuat *game Online* juga semakin meluas, variatif dan makin berpotensi secara ekonomi. Hal ini mengakibatkan tumbuh suburnya komunitas pengguna *game Online* di kota-kota besar maupun di daerah. Selain pengembangan teknologi, peningkatan pengguna *game Online* juga didorong oleh peningkatan akses internet, *smartphone* yang semakin canggih, dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin digital. Saat ini, *game Online* bukan hanya sekedar *game* tetapi juga ajang kompetisi dan dapat memberikan peluang bisnis kepada perusahaan pembuat aplikasi maupun kepada pemainnya (Asnawi dkk, 2023).

Mobile Legends: Bang-Bang adalah *game Online* berjenis MOBA yang banyak paling digemari di Indonesia. Pada tahun 2023, Mobile Legends: Bang Bang menghasilkan pendapatan sekitar 32 juta dolar AS di Indonesia, menjadikannya aplikasi *game* MOBA (multiplayer *Online* battle arena) terdepan dalam hal pendapatan selama periode tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari grafik di bawah ini:



Gambar 1. Grafik *Game* MOBA terpopuler di Indonesia berdasarkan jumlah pendapatan pada tahun 2023 (dalam 1000 dolar AS)
Sumber: *statista.com*

Dalam *game* bergenre MOBA, pemain hanya bisa mengontrol satu hero. Hero sendiri, yaitu karakter yang dapat dikendalikan oleh pemain dalam sebuah tim sesaat sebelum *game* dimulai. *Goals* dari *game* bergenre MOBA, yaitu menghancurkan bangunan utama dari markas tim lawan dengan bantuan beberapa prajurit yang dikendalikan oleh sistem secara berkala. Setiap hero memiliki peran (*role*) dan berbagai kemampuan (*skill*) yang berbeda-beda serta dapat digunakan untuk berkontribusi kepada tim dalam memenangkan *game* (Yogatama dkk, 2019). Pada periode yang sama, Mobile Legends: Bang Bang juga menjadi *game* MOBA yang paling banyak diunduh di negara ini (Wolff, Statista.com). Berikut merupakan data *Game* jenis MOBA paling populer di Indonesia pada tahun 2023 berdasarkan jumlah unduhan:

Pengaruh Perspektif Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada pengguna *Game Online* Mobile Legends : Bang-Bang di Kota Samarinda)
(Firdaus, et al.)

Tabel 1. *Game* jenis MOBA paling populer di Indonesia berdasarkan jumlah unduhan

| No | Nama <i>Game</i> | Jumlah Unduhan (2023) |
|----|----------------------------|--------------------------|
| 1 | Mobile Legends: Bang-bang | 27.593.710 |
| 2 | Garena RoV: Lunar New Year | 2.176.740 |
| 3 | Pokemon UNITE | 2.103.480 |
| 4 | ONE PIECE | 1.708.240 |
| 5 | Legends: Wild Rift | 466.800 |
| 6 | Heroes Arena | 423.880 |
| 7 | Heroes Evolved | 418.540 |
| 8 | Marvel Super War | 396.780 |
| 9 | Heroes Arise Beta | 273.300 |
| 10 | Lokapala | 271.100 |

Sumber: (Statistika: <https://www.statista.com/statistics/1367704/indonesia-leading-moba-apps-by-download/>)

Data dari Statista (2023) menunjukkan sepuluh peringkat *game* MOBA dilihat dari jumlah unduhan di App Store dan Google Play. Sepuluh *game* tersebut, yakni Mobile Legends *game* MOBA paling laris dengan jumlah unduhan sekitar 27 juta. Pada posisi kedua yaitu *game* Garena RoV: Lunar New Year yang telah diunduh 2,1 juta kali. Dibandingkan dengan MLBB, maka terlihat selisih jumlah *download* yang sangat besar, mencapai lebih dari 20 juta *download*. Pokemon UNITE masuk tiga besar dengan jumlah *download* lebih dari 2,1 juta. Dibandingkan Garena, maka ada selisih kurang lebih 600 ribu *download* saja. *Game* terakhir yang jumlah *download*-nya mencapai jutaan yakni ONE PIECE, dengan total sekitar 1,7 juta kali unduhan. Posisi kelima hingga tujuh peringkat *game* MOBA yaitu. League of Legends: Wild Rift (466 ribu unduhan), Heroes Arena (423 ribu unduhan), dan Heroes Evolved (418 ribu unduhan). Berikutnya, posisi kedelapan hingga sepuluh diraih *game* MOBA yang jumlah unduhnya kurang dari 400 ribu. MARVEL Super War di posisi kedelapan dengan jumlah 396 ribu *download*, Heroes Arise Beta di posisi kesembilan dengan total 273 ribu unduhan, dan kesepuluh adalah Lokapala dengan kisaran 271 ribu unduhan.

Mobile Legends: Bang Bang merupakan permainan dengan mekanisme terdapat dua tim yang saling berlawanan, dimana kedua tim bersaing untuk meraih dan menghancurkan base atau markas musuh sekaligus melindungi markas mereka sendiri. Setiap *team* berkomposisi lima pemain, yang tiap pemainnya itu mengontrol avatar atau pahlawan melalui platform atau *device* mereka sendiri (Khaliq dkk, 2022). Menurut Sutjipto (2020) Mobile Legends sudah mencapai 1 Miliar kali unduhan sejak pertama rilis 2016 sampai saat ini, Unduhan terbanyak berasal dari Indonesia yaitu sebesar 100,1 juta unduhan atau 36% dari total unduhan.

Salah satu alasan mengapa *game* Mobile Legends : Bang-Bang sangat populer digunakan adalah karena *game* tersebut terbilang simple dan mudah dimainkan. Aplikasi *game* Mobile Legends sangat kompatibel dan ringan untuk diinstal pada *device*, untuk bisa memainkan *game* ini hanya membutuhkan *device* dengan OS versi 4.4 ke atas (Rony, 2018). Selain itu *Game* Mobile Legends jga memiliki size aplikasi yang cukup kecil. Full size untuk aplikasi Mobile Legends adalah 5 GB. Cukup kecil jika

dibandingkan dengan full size *game* pesaingnya yaitu LOL sebesar 6 GB, dan HOK sebesar 5,5 GB. cukup menggunakan hp dengan RAM 2GB, memori internal 16GB, dan jaringan 4G, kamu sudah bisa memainkan Mobile Legends dengan lancar menggunakan setelan grafis rendah (Eraspace.com, 2023) .

Selain itu, Kemudahan penggunaan *game* Mobile Legends juga dapat dirasakan dari *Gameplay* yang dirasakan pada saat memainkan *game* tersebut. Karakter-karakter atau yang biasa disebut sebagai hero dalam tersebut sangat mudah dipelajari, skill set yang sangat sederhana dan tidak memerlukan combo khusus serta role yang jelas sehingga penguasaan hero akan sangat mudah. Penjelasan mengenai emblem dan item-item dalam *game* juga mudah dimengerti. Durasi pertandingan yang sangat singkat, hanya 10 menit sehingga dapat dimainkan kapan saja untuk mengisi waktu luang (Himang, 2024).

Meskipun telah menyajikan kemudahan dalam penggunaan *gamenya*, tetapi dalam 1 tahun terakhir data pengguna aktif *Game Online* Mobile Legends : Bang- Bang terus mengalami penurunan seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.2:

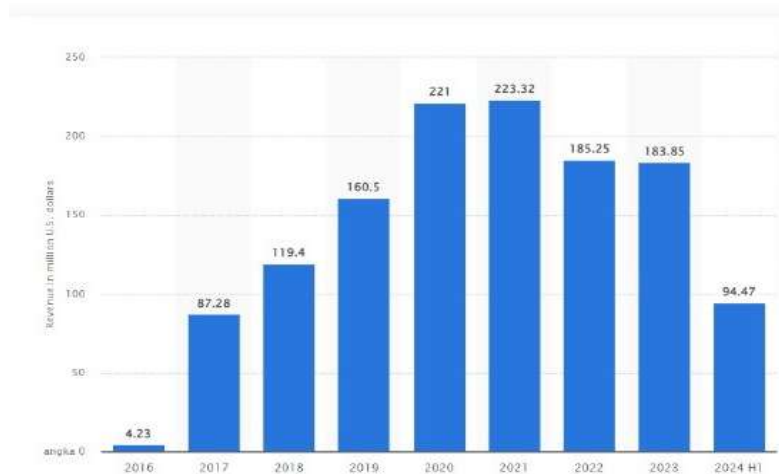
Tabel 1 Data Pemain Aktif *Game* Mobile Legends: Bang-Bang 2023-2024

| Bulan | Rata-rata pemain bulanan | Pertambahan/ penurunan pemain bulanan | Pertambahan/ pengurangan pemain bulanan (%) | Rata-rata pemain harian |
|----------------|--------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------|
| Oktober 2024 | 68.629.287 orang | -1.045.116 | -2% | 18.529.908 orang |
| September 2024 | 69.674.403 orang | -2.340.484 | -3% | 18.812.089 orang |
| Agustus 2024 | 72.014.887 orang | -1.307.795 | -2% | 19.444.019 orang |
| Juli 2024 | 73.322.682 orang | -4.119.948 | -5% | 19.797.124 orang |
| Juni 2024 | 77.442.630 orang | +2.691.057 | +4% | 20.909.510 orang |
| Mei 2024 | 74.751.574 orang | -3.522.325 | -5% | 20.182.925 orang |
| April 2024 | 78.273.899 orang | +1.983.549 | +3% | 21.133.953 orang |
| Maret 2024 | 76.290.350 orang | -5.042.507 | -6% | 20.598.395 orang |
| Februari 2024 | 81.332.857 orang | -1.672.676 | -2% | 21.959.871 orang |
| Januari 2024 | 83.005.533 orang | +1.411.575 | +2% | 22.411.494 orang |
| Desember 2023 | 81.593.957 orang | +6.903.015 | +9% | 22.030.368 orang |
| November 2023 | 74.690.942 orang | -3.931.102 | -5% | 20.166.554 orang |
| Oktober 2023 | 78.622.044 orang | -5.645.956 | -7% | 21.227.952 orang |

Sumber: data sekunder (Active Player.IO) diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan data Activ Player.IO (2023-2024), juga dapat dilihat bahwa dalam satu tahun terakhir, jumlah pengguna aktif dalam *game* Mobile Legends terus mengalami penurunan dengan rata-rata penurunan sebesar 19%. Selain mengalami penurunan jumlah pemain aktif, *game* Mobile Legends juga

mengalami penurunan jumlah pendapatan dalam satu tahun terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari grafik berikut :



Gambar 1 Grafik Pendapatan tahunan yang dihasilkan oleh Mobile Legends: Bang Bang di seluruh dunia dari tahun 2016 hingga paruh pertama tahun 2024 (dalam juta dolar AS)

Sumber: *statista.com*

Dengan demikian, terjadinya masalah atau fenomena penurunan jumlah pengguna aktif dan Penurunan pendapatan pada *game* Mobile Legends : Bang-Bang, maka perlu dikaji mengenai loyalitas dari pengguna *game* Mobile Legends: Bang-Bang.

Menurut Dewi dkk (2023), loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan yang terlihat melalui pembelian berulang untuk melanjutkan relasi pada perusahaan tersebut. Jadi, loyalitas dari pengguna *game* Mobile Legends dapat disimpulkan sebagai dorongan dari pengguna tersebut untuk memainkan *game* Mobile Legends secara berulang dan pemain tersebut akan merekomendasikan *game* Mobile Legends kepada orang lain secara sukarela sebagai rasa kesetiiaannya terhadap *game* tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Anugrah, (2020) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Semakin mudah sebuah teknologi untuk digunakan dan dipahami, hal tersebut akan menciptakan kepuasan pelanggan setelah menggunakan teknologi tersebut, sehingga akan menciptakan perilaku konsumen untuk menggunakan teknologi tersebut secara terus menerus dan berulang kali. Lebih lanjut menurut penelitian Zhang Dkk, (2023) juga mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa bahwa aplikasi *m-shopping* mudah digunakan cenderung lebih loyal karena pengalaman yang efisien dan tanpa hambatan meningkatkan kepuasan mereka. Navigasi yang sederhana, tata letak yang logistik, dan kemudahan dalam menyelesaikan transaksi memberikan kenyamanan kepada pelanggan, yang pada persahabatan memperkuat komitmen mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut

Namun hal berbeda disampaikan oleh Marso (2023) yang mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan tidak secara langsung mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan tetapi membutuhkan

variabel tertentu sebelum dapat mempengaruhi loyalitas. Meskipun perspektif kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas, pengaruh ini tidak cukup kuat untuk signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa kemudahan penggunaan saja tidak cukup untuk mendorong loyalitas pelanggan secara langsung tetapi membutuhkan variabel lain untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Adanya kesenjangan dari hasil penelitian terdahulu kemudian mendasari peneliti untuk mengangkat kepuasan sebagai variabel mediasi didalam penelitian ini. Kepuasan pelanggan berfungsi sebagai jembatan antara kemudahan penggunaan dan loyalitas. Tanpa kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan tidak akan cukup untuk menciptakan pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, organisasi harus memastikan bahwa teknologi yang mudah digunakan juga mampu memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan sehingga dapat membuat pelanggan menjadi loyal.

Kepuasan pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan merasa puas jika kualitas sebuah produk yang digunakan sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan terhadap produk tersebut (Arianto & Kurniawan, 2021). Dalam hal ini, perusahaan harus dapat memastikan bahwa produk atau teknologi baru yang akan dipasang di komputer baru yang ingin mereka jual tidak akan sulit dipelajari dan benar-benar dapat meningkatkan kinerja seseorang saat melakukan aktivitas atau tugasnya. Ketika perusahaan berhasil menciptakan sebuah produk atau teknologi baru yang tidak sulit dalam proses pembelajaran pada saat menggunakan produk atau teknologi baru tersebut serta dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pada penggunaannya, maka pelanggan akan merasa puas kepada hasil produk perusahaan, yang pada akhirnya akan menyebabkan pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan (Wilson dkk., 2021). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *Game Online Mobile Legends: Bang-Bang* di kota Samarinda.

Penelitian ini menggunakan pendekatan umum dalam sampling yaitu probability sampling yang berarti elemen populasi dipilih baik karena mereka tersedia secara luas (misalnya, karena mereka bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian sebagai responden).

Penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling dengan melakukan stratifikasi berdasarkan kriteria utama yaitu:

1. Pengguna aktif *game Online Mobile Legends* yang tinggal di kota Samarinda.
2. Memiliki frekuensi bermain yang tinggi dengan minimal memainkan 2 pertandingan dalam satu minggu.

Karena jumlah populasi dalam penelitian adalah seluruh pengguna *game online Mobile Legends* di kota Samarinda yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga penentuan jumlah sample yang digunakan adalah menggunakan rumus Hair et al (2018:132) dengan rumus jumlah indikator dikali 10.

Sample (n) = Jumlah indikator x 10 = Total sample penelitian

Jadi, jumlah sample untuk penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut.

$$\text{Sample (n)} = 13 \times 10 = 130$$

Jadi, total sampel yang dibutuhkan untuk penelitian adalah sebanyak 130 responden.

Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Penelitian kuantitatif
Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang diukur dalam bentuk angka dan menggambarkan informasi dalam bentuk statistik atau numerik.
2. Data Primer
Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber. Data yang diperoleh dari sumber pertama atau secara langsung dari subjek penelitian yaitu para pengguna *Game Online Mobile Legends: Bang-Bang* di Samarinda.
3. Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak kedua, yang kemudian data tersebut telah diolah serta dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian. Data yang diperoleh tersebut seperti data yang ada pada *website* dan lain-lain.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data dengan perangkat lunak SmartPLS yang dijalankan pada laptop. Pemakaian PLS-SEM pada penelitian ini memiliki beberapa alasan, salah satunya ialah dalam model penelitian ini terdapat variabel laten yang cukup kompleks, dan keuntungan dari PLS-SEM adalah bahwa tidak ada persyaratan bahwa data harus mengikuti distribusi normal.

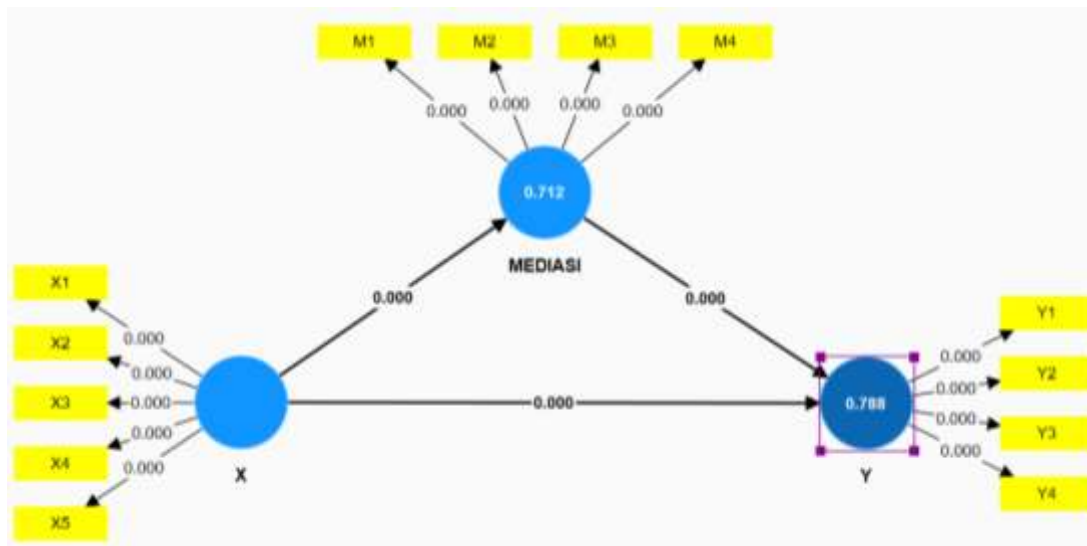
HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Inner Model (Model Struktural)

Inner model atau model struktural merupakan bagian dari analisis Partial Least Square (PLS) yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam penelitian. Berbeda dengan outer model yang menilai hubungan antara indikator dan konstruk, inner model berfokus pada pengujian pengaruh antar konstruk serta kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen.

Evaluasi inner model dapat dilakukan dengan melihat beberapa kriteria, antara lain:

1. Nilai R-Square (R^2) untuk mengukur kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen.
2. Path Coefficient (Koefisien Jalur) untuk melihat arah dan kekuatan pengaruh antar konstruk.
3. Nilai T-Statistic dan P-Value untuk menentukan signifikansi pengaruh.



Gambar 4. Model Struktural (Inner Model)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS, diperoleh model struktural sebagai berikut. Berdasarkan gambar model struktural di atas, terdapat tiga konstruk utama dalam penelitian ini, yaitu Perspektif Kemudahan Penggunaan (variabel eksogen), Kepuasan Pelanggan (variabel mediasi/endogen), Loyalitas Pelanggan (variabel endogen)

Hubungan antar konstruk dalam model adalah sebagai berikut:

1. Perspektif Kemudahan Penggunaan → Kepuasan Pelanggan
2. Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan
3. Perspektif Kemudahan Penggunaan → Loyalitas Pelanggan

a. Nilai R-Square (R²)

Nilai R-Square (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen dalam model struktural. Semakin tinggi nilai R-Square, maka semakin besar kemampuan prediktif model dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4 Nilai R-Square

| Variabel Endogen | R-Square (R ²) |
|---------------------|----------------------------|
| Kepuasan Pelanggan | 0,712 |
| Loyalitas Pelanggan | 0,788 |

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Penulis oleh penulis

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai R-Square untuk variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,712 yang menunjukkan bahwa Perspektif Kemudahan Penggunaan hanya mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan sebesar 71,2%, sedangkan sisanya sebesar 28,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian; nilai ini termasuk dalam kategori lemah. Sementara itu, nilai R-Square untuk Loyalitas Pelanggan sebesar 0,788 yang berarti bahwa Perspektif Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan mampu menjelaskan variasi Loyalitas Pelanggan sebesar 78,8%, sedangkan

21,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini;. Menurut Hair et al., (2021), nilai R-Square sebesar 0,75 menunjukkan model kuat (substantial), 0,50 menunjukkan model sedang (moderate), dan 0,25 menunjukkan model lemah (weak). Semakin tinggi nilai R-Square, maka semakin besar kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen nilai tersebut dapat dikategorikan sebagai kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model struktural penelitian ini memiliki kemampuan penjelasan dalam kategori moderat untuk variabel kepuasan pelanggan dengan nilai R-Square sebesar 0,712 dan kategori kuat untuk variabel loyalitas pelanggan dengan nilai R-Square sebesar 0,788.

b. Uji Path Coefficient (Pengujian Hipotesis)

Uji path coefficient dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh antar variabel laten dalam model struktural, sekaligus untuk menguji hipotesis penelitian. Pengujian signifikansi dilakukan dengan melihat nilai T-statistics dan P-values. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai T-statistics > 1,96 dan P-values < 0,05 pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 5 Hasil Uji Path Coefficient

| Hubungan Antar Variabel | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | STDEV | T Statistics | P Values |
|-------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------|--------------|---------------------|-----------------|
| Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan | 0.452 | 0.450 | 0.080 | 5.634 | 0.000 |
| Perspektif Kemudahan Penggunaan → Kepuasan Pelanggan | 0.844 | 0.845 | 0.024 | 35.184 | 0.000 |
| Perspektif Kemudahan Penggunaan → Loyalitas Pelanggan | 0.473 | 0.475 | 0.081 | 5.872 | 0.000 |

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Penulis oleh penulis

Berdasarkan tabel di atas, hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki koefisien jalur sebesar 0,452 yang menunjukkan arah pengaruh positif dengan nilai T-statistics sebesar 5,634 (>1,96) dan P-values sebesar 0,000 (<0,05), sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dinyatakan diterima. Selanjutnya, hubungan Perspektif Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki koefisien sebesar 0,844 dengan nilai T-statistics 35,184 dan P-values 0,000, yang berarti pengaruh tersebut positif dan signifikan, sehingga hipotesis kedua diterima. Adapun hubungan Perspektif Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan menunjukkan koefisien sebesar 0,473 dengan nilai T-statistics 5,872 (>1,96) dan P-values 0,000 (<0,05), yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan, sehingga hipotesis ketiga juga diterima. Dengan demikian, seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti secara empiris, dan model struktural menunjukkan bahwa Perspektif Kemudahan Penggunaan tidak hanya memengaruhi Loyalitas Pelanggan secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi.

c. Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect / Uji Mediasi)

Uji pengaruh tidak langsung dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Kepuasan Pelanggan mampu memediasi hubungan antara Perspektif Kemudahan Penggunaan dan Loyalitas Pelanggan. Pengujian dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping pada SmartPLS dengan melihat nilai T-statistics dan P-values. Suatu pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan apabila T-statistics > 1,96 dan P-values < 0,05 pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 6 Hasil Uji Specific Indirect Effects

| Jalur Mediasi | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | STDEV | T Statistics | P Values |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|-------|--------------|----------|
| Perspektif Kemudahan Penggunaan → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan | 0.381 | 0.381 | 0.070 | 5.414 | 0.000 |

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,381 dengan nilai T-statistics sebesar 5,414 (>1,96) dan P-values sebesar 0,000 (<0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung Perspektif Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan terbukti positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Jika dibandingkan dengan pengaruh langsung Perspektif Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang juga signifikan ($\beta = 0,473$; $p < 0,00$), maka dapat disimpulkan bahwa mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial (partial mediation), karena baik pengaruh langsung maupun tidak langsung sama-sama signifikan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan Perspektif Kemudahan Penggunaan tidak hanya secara langsung meningkatkan Loyalitas Pelanggan, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan Kepuasan Pelanggan, sehingga peran Kepuasan Pelanggan dalam model penelitian ini terbukti memperkuat hubungan struktural antar variabel.

Pembahasan

1. Pengaruh Perspektif Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Perspektif Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem atau platform untuk dipahami dan digunakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

Dalam konteks permainan daring seperti Mobile Legends: Bang Bang, kemudahan penggunaan dapat tercermin dari tampilan antarmuka yang intuitif, navigasi menu yang sederhana, proses login yang tidak rumit, serta kemudahan dalam memahami fitur-fitur permainan. Ketika pengguna merasa tidak mengalami kesulitan teknis dalam mengakses dan memainkan permainan, maka pengalaman bermain menjadi lebih nyaman dan menyenangkan. Kondisi ini mendorong terbentuknya perasaan puas karena ekspektasi pengguna terhadap kemudahan sistem terpenuhi.

Pada variabel Perspektif Kemudahan Penggunaan, indikator yang paling dominan adalah indikator X2 dengan nilai outer loading sebesar 0,800. Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas penggunaan aplikasi dan kemudahan dalam mengoperasikan fitur-fitur permainan menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan game *Mobile Legends*. Pengguna cenderung merasa nyaman ketika aplikasi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar.

Sementara itu, indikator dengan nilai paling rendah pada variabel Perspektif Kemudahan Penggunaan adalah indikator X4 dengan nilai outer loading sebesar 0,731. Meskipun masih berada pada kategori valid, hasil ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian pengguna yang merasa beberapa fitur dalam game membutuhkan penyesuaian atau pemahaman lebih lanjut dalam penggunaannya.

Secara teoritis, konsep kemudahan penggunaan berasal dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menjelaskan bahwa persepsi individu terhadap kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi akan memengaruhi sikap dan respons evaluatifnya terhadap teknologi tersebut. Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi penerimaan teknologi, tetapi juga berdampak pada evaluasi afektif pengguna dalam bentuk kepuasan. Artinya, ketika pengguna merasa bahwa permainan mudah dipelajari dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan untuk dioperasikan, maka akan muncul evaluasi positif terhadap pengalaman bermain yang kemudian bermuara pada kepuasan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Hartanto & Aprianingsih, (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan serta berkontribusi dalam membentuk loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Temuan tersebut memperkuat argumentasi bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam membangun pengalaman positif pengguna, baik pada konteks website maupun platform digital lainnya.

Dengan demikian, dalam konteks pengguna *Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Samarinda, dapat dipahami bahwa kemudahan dalam mengakses fitur permainan, memahami mekanisme permainan, serta minimnya hambatan teknis menjadi faktor yang mendorong terciptanya kepuasan. Kepuasan tersebut pada akhirnya menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan platform permainan.

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk tetap menggunakan, merekomendasikan, serta menunjukkan komitmen terhadap permainan tersebut.

Dalam konteks permainan daring seperti *Mobile Legends: Bang Bang*, kepuasan pelanggan dapat muncul dari pengalaman bermain yang menyenangkan, performa sistem yang stabil, kualitas grafis dan fitur yang menarik, serta terpenuhinya harapan pengguna terhadap permainan. Ketika pengalaman yang diperoleh sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi, maka pengguna akan membentuk evaluasi positif secara emosional maupun kognitif terhadap permainan tersebut. Evaluasi positif inilah yang menjadi dasar terbentuknya loyalitas.

Pada variabel Kepuasan Pelanggan, indikator yang paling dominan adalah indikator M3 dengan nilai outer loading sebesar 0,847. Indikator ini menunjukkan bahwa kemampuan game *Mobile Legends* dalam memberikan pengalaman bermain yang menyenangkan dan memenuhi kebutuhan hiburan pengguna

merupakan faktor yang paling besar dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pengguna merasa puas ketika permainan mampu memberikan kesenangan, tantangan, dan pengalaman bermain yang menarik secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa aspek hiburan menjadi alasan utama pengguna tetap menikmati permainan Mobile Legends.

Selain itu, tingginya nilai indikator M3 juga menunjukkan bahwa kualitas pengalaman bermain memiliki pengaruh besar terhadap persepsi pengguna. Ketika pengguna memperoleh pengalaman positif selama bermain, seperti gameplay yang menarik, fitur yang lengkap, serta interaksi sosial dengan pemain lain, maka tingkat kepuasan pengguna akan semakin meningkat. Pengalaman positif tersebut kemudian mendorong pengguna untuk terus menggunakan game dalam jangka panjang.

Sementara itu, indikator dengan nilai terendah pada variabel Kepuasan Pelanggan adalah indikator M1 dengan nilai outer loading sebesar 0,774. Meskipun masih berada pada kategori valid dan reliabel, nilai tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian pengguna yang merasa belum sepenuhnya puas terhadap keseluruhan layanan atau kualitas permainan yang diberikan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti gangguan jaringan, masalah teknis dalam permainan, performa aplikasi pada perangkat tertentu, ataupun ketidaksesuaian harapan pengguna terhadap fitur-fitur yang tersedia.

Nilai indikator yang lebih rendah pada M1 juga menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh aspek hiburan, tetapi juga oleh kualitas teknis dan kenyamanan penggunaan aplikasi secara keseluruhan. Apabila terdapat kendala teknis selama bermain, maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan pengguna meskipun permainan memiliki fitur yang menarik.

Secara teoritis, hubungan antara kepuasan dan loyalitas dijelaskan dalam konsep perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan determinan utama dalam menciptakan loyalitas jangka panjang. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, meningkatkan intensitas penggunaan, serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Dalam industri game online, loyalitas dapat tercermin dari konsistensi pemain dalam bermain, melakukan top-up, mengikuti event dalam game, serta bertahan meskipun terdapat banyak alternatif permainan lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Maulana, (2024) dalam penelitian mengenai pengguna Roblox, yang menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Penelitian tersebut menegaskan bahwa dalam ekosistem game digital yang melibatkan transaksi virtual dan pembelian item dalam permainan, kepuasan memainkan peran penting dalam membentuk komitmen dan keberlanjutan penggunaan platform. Meskipun dalam studi tersebut kepuasan berperan selektif sebagai mediator, pengaruh langsungnya terhadap loyalitas tetap terbukti kuat.

Dengan demikian, pada pengguna Mobile Legends: Bang Bang di Kota Samarinda, dapat dipahami bahwa kepuasan yang dirasakan selama bermain menjadi faktor utama dalam mempertahankan loyalitas. Ketika pemain merasa puas dengan kualitas permainan dan pengalaman yang diperoleh, mereka cenderung terus bermain, melakukan pembelian dalam game, serta merekomendasikan permainan kepada teman atau komunitasnya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fondasi penting dalam membangun loyalitas pengguna game online secara berkelanjutan.

3. Pengaruh Perspektif Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, Perspektif Kemudahan Penggunaan diketahui berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem atau platform

untuk digunakan, maka semakin besar kemungkinan pengguna untuk tetap bertahan dan menunjukkan komitmen terhadap platform tersebut.

Dalam konteks permainan daring seperti Mobile Legends: Bang Bang, kemudahan penggunaan dapat dilihat dari kesederhanaan navigasi menu, kejelasan fitur permainan, kemudahan dalam mengakses pertandingan, serta minimnya hambatan teknis saat bermain. Ketika pengguna tidak mengalami kesulitan dalam memahami maupun mengoperasikan sistem permainan, mereka cenderung merasa nyaman dan tidak terbebani secara kognitif. Rasa nyaman tersebut mendorong pengguna untuk terus menggunakan platform dan menjadikannya sebagai pilihan utama dibandingkan alternatif permainan lainnya.

Pada variabel Perspektif Kemudahan Penggunaan, indikator yang paling dominan adalah indikator X2 dengan nilai outer loading sebesar 0,800. Indikator ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan fitur-fitur permainan dan fleksibilitas penggunaan aplikasi menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan game Mobile Legends. Pengguna merasa lebih nyaman ketika aplikasi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang rumit atau proses pembelajaran yang sulit. Tingginya nilai indikator X2 menunjukkan bahwa pengguna sangat memperhatikan aspek kemudahan akses dan kemudahan penggunaan fitur dalam permainan. Ketika pengguna dapat memahami sistem permainan dengan cepat, mengakses menu dengan mudah, serta menjalankan permainan tanpa kendala yang berarti, maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan cenderung mempertahankan penggunaan game tersebut. Kemudahan penggunaan juga dapat meningkatkan pengalaman positif pengguna sehingga memperkuat loyalitas pelanggan.

Sementara itu, indikator dengan nilai terendah pada variabel Perspektif Kemudahan Penggunaan adalah indikator X4 dengan nilai outer loading sebesar 0,731. Walaupun nilai tersebut masih memenuhi kriteria validitas, hasil ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian pengguna yang merasa beberapa fitur atau sistem dalam game membutuhkan penyesuaian dan pemahaman lebih lanjut. Beberapa pengguna mungkin masih mengalami kesulitan dalam memahami fitur tertentu atau merasa bahwa beberapa bagian aplikasi belum sepenuhnya praktis digunakan. Nilai indikator yang lebih rendah pada X4 menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya dipengaruhi oleh tampilan aplikasi yang sederhana, tetapi juga oleh konsistensi sistem, kejelasan navigasi, serta kenyamanan pengguna dalam memahami seluruh fitur yang tersedia. Apabila pengguna mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur tertentu, maka hal tersebut dapat memengaruhi loyalitas pengguna terhadap *game* Mobile Legends.

Secara teoritis, konsep kemudahan penggunaan dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan akan memengaruhi sikap dan niat perilaku individu dalam menggunakan suatu teknologi. Kemudahan yang dirasakan tidak hanya meningkatkan penerimaan awal terhadap teknologi, tetapi juga dapat memperkuat intensi penggunaan berkelanjutan. Dalam industri game online, intensi penggunaan berkelanjutan merupakan bentuk awal dari loyalitas pelanggan, yang kemudian berkembang menjadi perilaku nyata seperti bermain secara rutin, melakukan pembelian dalam game, serta merekomendasikan permainan kepada orang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Samara & Susanti, (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan aplikasi dompet digital di kalangan mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketika suatu aplikasi dianggap mudah dioperasikan dan tidak menyulitkan pengguna, maka akan terbentuk kecenderungan untuk terus menggunakan layanan tersebut secara konsisten. Meskipun konteksnya berbeda, temuan tersebut

memperkuat argumentasi bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pada berbagai platform digital.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pada pengguna Mobile Legends: Bang Bang, kemudahan dalam mengakses dan memainkan permainan secara langsung berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas. Pengguna yang merasa sistem mudah dipahami dan dioperasikan akan lebih cenderung mempertahankan penggunaan jangka panjang, bahkan tanpa harus selalu didorong oleh faktor kepuasan terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki peran strategis dalam menciptakan hubungan berkelanjutan antara pengguna dan platform permainan.

4. Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi

Berdasarkan hasil penelitian, Kepuasan Pelanggan terbukti berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Perspektif Kemudahan Penggunaan dan Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi loyalitas secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui terbentuknya kepuasan pengguna terlebih dahulu.

Dalam konteks permainan daring seperti Mobile Legends: Bang Bang, kemudahan dalam memahami fitur permainan, kelancaran sistem, serta aksesibilitas menu yang intuitif akan menciptakan pengalaman bermain yang positif. Pengalaman positif tersebut kemudian membentuk evaluasi emosional berupa kepuasan. Ketika pengguna merasa puas, mereka cenderung mempertahankan penggunaan, meningkatkan keterlibatan dalam permainan, serta menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap platform. Dengan demikian, kepuasan berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani persepsi kemudahan dengan perilaku loyal.

Kepuasan Pelanggan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Perspektif Kemudahan Penggunaan dan Loyalitas Pelanggan karena kemudahan penggunaan aplikasi terlebih dahulu mampu menciptakan rasa puas pada pengguna sebelum akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, pengguna game Mobile Legends: Bang Bang yang merasa permainan mudah dipahami, mudah dioperasikan, serta memiliki fitur yang fleksibel cenderung merasakan pengalaman bermain yang lebih nyaman dan menyenangkan. Kemudahan tersebut membuat pengguna tidak mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi sehingga menimbulkan perasaan puas terhadap permainan yang digunakan. Kepuasan yang dirasakan pengguna kemudian mendorong munculnya loyalitas pelanggan, seperti keinginan untuk terus memainkan game, melakukan penggunaan secara berulang, serta tidak mudah berpindah ke permainan lain. Hasil pengujian indirect effect menunjukkan nilai t-statistics sebesar 5,414 dan p-values sebesar 0,000, yang berarti Kepuasan Pelanggan terbukti mampu memediasi hubungan antara Perspektif Kemudahan Penggunaan dan Loyalitas Pelanggan secara signifikan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap game Mobile Legends.

Secara teoritis, peran mediasi kepuasan dapat dijelaskan melalui pendekatan perilaku konsumen yang menyatakan bahwa loyalitas sering kali merupakan hasil dari proses evaluasi pengalaman sebelumnya. Kemudahan penggunaan memberikan stimulus awal dalam bentuk pengalaman yang minim hambatan, kemudian kepuasan bertindak sebagai respons afektif yang memperkuat hubungan tersebut sebelum akhirnya bermuara pada loyalitas. Artinya, meskipun kemudahan penggunaan dapat secara langsung

memengaruhi loyalitas, keberadaan kepuasan membuat pengaruh tersebut menjadi lebih kuat dan lebih stabil secara emosional.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Hartanto & Aprianingsih, (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan loyalitas pelanggan dalam konteks platform digital. Hasil tersebut memperkuat pandangan bahwa kepuasan bukan sekadar hasil akhir dari pengalaman pengguna, tetapi juga berperan sebagai variabel penghubung yang memperjelas bagaimana faktor-faktor teknis seperti kemudahan penggunaan dapat diterjemahkan menjadi komitmen jangka panjang.

Karena pengaruh langsung dan tidak langsung sama-sama terbukti, maka bentuk mediasi yang terjadi dalam penelitian ini adalah mediasi parsial. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pengguna tidak hanya dibentuk melalui kepuasan, tetapi juga dapat dipengaruhi langsung oleh persepsi kemudahan penggunaan itu sendiri. Dengan demikian, dalam konteks pengguna Mobile Legends: Bang Bang di Kota Samarinda, upaya meningkatkan loyalitas tidak cukup hanya dengan menciptakan pengalaman yang memuaskan, tetapi juga perlu memastikan bahwa sistem permainan tetap mudah digunakan, responsif, dan tidak menimbulkan hambatan teknis bagi pengguna

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Perspektif Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai variabel mediasi pada pengguna game online Mobile Legends: Bang Bang di Kota Samarinda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perspektif Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin mudah sistem permainan untuk dipahami, diakses, dan digunakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.
2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengguna yang merasa puas terhadap pengalaman bermain cenderung menunjukkan komitmen untuk terus menggunakan permainan, melakukan pembelian dalam game, serta merekomendasikannya kepada orang lain.
3. Perspektif Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudahan dalam penggunaan permainan secara langsung mendorong pengguna untuk tetap setia dan menjadikan permainan sebagai pilihan utama.
4. Kepuasan Pelanggan terbukti memediasi hubungan antara Perspektif Kemudahan Penggunaan dan Loyalitas Pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi loyalitas secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pengguna. Bentuk mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Developer (Moonton)

Perlu mempertahankan dan meningkatkan aspek kemudahan penggunaan, seperti navigasi yang intuitif, kecepatan sistem, serta stabilitas server. Dan mengoptimalkan pengalaman pengguna agar tetap sederhana namun menarik, sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pemain.

Serta Melakukan evaluasi berkala terhadap fitur permainan untuk memastikan tidak menimbulkan hambatan teknis bagi pengguna.

2. Bagi Pengguna

Pengguna diharapkan dapat memanfaatkan fitur permainan secara optimal dan memberikan umpan balik yang konstruktif untuk peningkatan kualitas layanan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, kepercayaan, persepsi nilai, atau pengalaman pengguna untuk meningkatkan kemampuan penjelasan model. Dan Memperluas objek penelitian pada platform game online lain atau wilayah berbeda untuk memperoleh generalisasi hasil yang lebih luas. Serta Menggunakan metode analisis tambahan untuk memperkaya hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational, Behavior, and Human Decision Processes*, 50(1), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Anton, A. M. M. (2024). Aksi Generasi Digital yang Berkarakter dan Toleran. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2 SE-Articles), 679–686.
- Anugrah, F. T. (2020). Effect of Promotion and Ease of Use on Customer Satisfaction and Loyalty on OVO Application Users. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(1). <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1177>
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9647>
- Asnawi, A., Tehuayo, E., & Marsulam, A. H. (2023). Konsep Perilaku Keputusan Pembelian Game Online: Promosi Online, Kelompok Referensi dan Kemudahan Aplikasi. *Journal Management*, 22(1), 2655–2826.
- Benidiktus Himang. (2024, January 6). *Apakah Mobile Legends di Indonesia Masih Populer? Halaman 1* - *Kompasiana.com*. <https://www.kompasiana.com/benidiktus73866/65983e9f12d50f7929792972/apakah-mobile-legends-di-indonesia-masih-populer>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- de Jonge, J. (2006). Multivariate Data Analysis (Sixth Edition). In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- Dewi, R. F., Hutapea, R. S., & Irawan, A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fintech. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 03(02), 189–194.
- Eraspaces.com. (2023, April 21). *Alasan Game Mobile Legends Masih Terus Populer di Indonesia*.

Pengaruh Perspektif Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada pengguna Game Online Mobile Legends : Bang-Bang di Kota Samarinda)
(Firdaus, et al.)

- <https://eraspace.com/artikel/post/alasan-game-mobile-legends-masih-terus-populer-di-indonesia>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*.
- Ganaie, T. A., & Ahmad Bhat, P. M. (2020). Relationship Marketing Practices and Customer Loyalty: A Review with Reference to Banking Industry. *International Journal of Engineering and Management Research*, 10(4), 118–125. <https://doi.org/10.31033/ijemr.10.4.18>
- Hair, J. F., Hult, G. T., M.Ringle, C., Sarstedt, M., P.Danks, N., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. y Springer Nature Switzerland AG The.
- Hartanto, B., & Aprianingsih, D. (2022). The Effect of Website Quality, Trust, and Ease of Use on Customer Loyalty: Customer Satisfaction as a Mediation. *Frontiers in Business and Economics*, 1(1), 16–23. <https://doi.org/10.56225/finbe.v1i1.81>
- Hussein Umar. (2005). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Rafindo Persada.
- Imam Ghozali and Hengky Latan. (2021). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Kamal, N. R., & Artanti, Y. (2024). Pengaruh Program Loyalitas, Persepsi Nilai, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen By.U. *Edunomika*, 8(1), 1–11.
- Khaliq, I., Listyorini, S., & Pradhanawati, A. (2022). “MOBILE LEGENDS BANG BANG” (Studi Pada Konsumen Mobile Legends Bang Bang Kota Semarang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Marso. (2023). *The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Trust, Loyalty of E-Commerce Customers* (Issue 74). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-008-4_100
- Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Park, B. W., & Lee, K. C. (2011). Exploring the value of purchasing online game items. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2178–2185. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.06.013>
- Putri Dwi Astuti, Julius Nursyamsi, Haryono, & Joko Utomo. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 68–77. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.199>
- Richard L., O. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, Vol. 63(Special Issue), 33–44.
- Rony, T. K. (2018, April 27). 5 Alasan Kenapa Orang Indonesia Tergila-gila Mobile Legends - Tekno *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3491376/5-alasan-kenapa-orang-indonesia-tergila-gila-mobile-legends?page=6>
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>

- Sghari, A., & Bouaziz, F. (2023). Determinants of the intention to use serious games technology in entrepreneurship education: an empirical study of Tunisian teachers. *Interactive Technology and Smart Education*, 20(1), 1–18. <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2021-0082>
- Sugiyono. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67, 18.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Alfabeta*.
- Teng, C. I. (2018). Look to the future: Enhancing online gamer loyalty from the perspective of the theory of consumption values. *Decision Support Systems*, 114(February), 49–60. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.08.007>
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Padagames Online Mobile Legends. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563–578. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.64>
- Willy Abdillah and Jogiyanto Hartono. (2015). Bisnis, Partial Least Square (PLS) Alternatif pemodelan persamaan struktural (SEM) dalam penelitian. *Penerbit Andi. Yogyakarta*, 22, 103–150.
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2021). The role of perceived usefulness and perceived ease-of-use toward satisfaction and trust which influence computer consumers' loyalty in china. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262–294. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.32106>
- Yogatama, I. K. S., Kharisma, A. P., & Fanani, L. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pemain Dalam Permainan MOBA (Studi Kasus : Mobile Legends : Bang-Bang !). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(3), 2558–2566. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/4742>
- Zhang, R., Jun, M., & Palacios, S. (2023). M-shopping service quality dimensions and their effects on customer trust and loyalty: an empirical study. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 40(1), 169–191. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-11-2020-0374>