

## ABSTRAK

Industri *mobile game* secara global terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan semakin majunya teknologi internet dan semakin mudahnya masyarakat memperoleh *smartphone* untuk digunakan dalam keperluan sehari-hari. Meskipun industri *mobile game* terus mengalami perkembangan setiap tahunnya, keuntungan yang diserap oleh pengembang *mobile game* di Indonesia tidak sebesar pengembang dari negara lain. Sehingga perlu adanya langkah untuk memahami pola perilaku pengguna dalam memainkan *mobile game* di Indonesia.

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mencari pengaruh antara *flow experience*, *perceived enjoyment*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* pemain *mobile game* Kota Kita. Sehingga kedepannya, pengembang dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih baik maupun meningkatkan kualitas *mobile game* Kota Kita.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik sampling *non probability sampling*, yaitu dengan jumlah sample sebanyak 100 orang pemain *mobile game* Kota Kita di Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan tidak adanya pengaruh antara *flow experience*, *performance expectancy*, dan *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*. Sementara terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived enjoyment*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* pada pemain *mobile game* Kota Kita. Selanjutnya berdasarkan hasil uji *f* menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara *flow experience*, *perceived enjoyment*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* pada pemain *mobile game* Kota Kita.

**Kata kunci:** *Mobile Game*, *Flow Experience*, *Perceived Enjoyment*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Behavioral Intention*, Perilaku Konsumen