

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.2 Profil Moonton

Shanghai Moonton Technology Co. Ltd., yang sebelumnya memiliki nama Youngjoy Technology Pte. Ltd., adalah perusahaan pengembang dan penerbit video game yang berbasis di Shanghai, Tiongkok. Moonton didirikan pada bulan April 2014 oleh Justin Yuan dan Watson Xu Zhenhua, yang saat ini bersama-sama menjadi CEO Moonton. Sebelum merilis *Mobile Legends: Bang-Bang*, Moonton sempat merilis sebuah game yang bernama *Magic Rush: Heroes* pada April 2015 yang mempunyai genre *Tower Defense*, *Real-Time Strategy*, dan *role playing game*.

Pada 14 Juli 2016, Moonton merilis game *Mobile Legends: Bang-Bang*, yang kini sangat populer di kalangan penggemar MOBA, terutama di Indonesia dan Asia Tenggara. Dalam permainan ini, pemain membentuk tim 5 vs 5 dengan tujuan menghancurkan menara lawan. Game ini terus menarik perhatian dengan penambahan hero baru setiap 1-2 bulan, yang kini mencapai 124 hero, terbagi dalam 6 role: Support (melindungi tim dan membantu mengeliminasi lawan), Tank (inisiator dan komando tim), Fighter (menggangu lawan dan melindungi objektif), Mage (menggangu musuh saat farming dan mempertahankan markas), Assassin (mengeliminasi lawan dan mengamankan objektif), dan Marksman (memberikan damage terbesar di akhir game).

Akan tetapi pada awal perilisan *Mobile Legends: Bang-Bang* itu sendiri tidak berjalan dengan mulus dikarenakan pada tahun 2017, Riot sebagai pengembang sekaligus penerbit game telah menggugat moonton dikarenakan Riot menyadari adanya kesamaan mencolok antara *Mobile Legends* dan *League Of Legends*, lalu Riot menuduh Moonton melakukan plagiasi secara terang-terangan menyalin beberapa aspek dari game *League Of Legends* termasuk gameplay, karakter, peta, hingga desain skin. Pada akhirnya, kasus ini diselesaikan pada Juli 2018 yang mengharuskan Moonton membayar denda sebesar \$2,9 juta USD (sekitar Rp40 miliar rupiah pada saat itu) kepada Riot sebagai ganti rugi atas pelanggaran hak

cipta tersebut. Pada tahun 2022 terjadi kembali kasus seperti tahun 2017, yaitu dikarenakan Riot merasa bahwa Moonton masih saja meniru game Riot yaitu League Of Legends : Wild Rift (LOL Mobile), pada kasus ini Riot menuntut Moonton supaya membayar denda sebesar \$150 juta USD (sekitar Rp2,25 Triliun pada saat itu). Akan tetapi pada 2024 Riot memutuskan untuk bedamai dengan Moonton dan mencabut semua gugatan mereka, tidak lama dari itu induk perusahaan Riot yaitu Tencent mencoba untuk membeli divisi game dari ByteDance yang telah mengakuisisi Moonton dengan nominal \$4 Miliar USD (sekitar Rp56 Triliun pada tahun 2021).

1.3 Visi dan Misi Moonton

Visi: Moonton bertujuan untuk menciptakan pengalaman bermain yang memukau bagi pemain di seluruh dunia. Moonton berusaha untuk memberikan pengalaman bermain yang menarik, inovatif, dan mendukung ekosistem esports yang kuat untuk menjangkau audiens global.

Misi: Misi utama Moonton adalah menciptakan pengalaman bermain yang memikat dan menghibur. Moonton berfokus pada peningkatan berkelanjutan dari perspektif pemain dan menghadirkan inovasi dalam permainan dan esports, serta menjalin hubungan yang erat dengan komunitas pemain. Selain itu, Moonton menekankan pada keterbukaan, profesionalisme, serta kerja sama tim untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

1.4 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Moonton Company

Sumber: en.moonton.com (2024)

Makna logo Moonton Company memiliki makna yang mendalam dan filosofis. Moonton menggunakan simbol bulan sebagai inti dari identitas perusahaan yang melambangkan pencerahan, kemajuan, dan inovasi. Ini selaras dengan visi mereka untuk memberikan pengalaman bermain yang menarik dan penuh tantangan bagi para pemain di seluruh dunia. Logo tersebut juga menggambarkan kemuliaan dan ambisi Moonton untuk menjadi salah satu pemimpin dalam industri game global, khususnya dalam genre MOBA dalam esports.

Penggunaan elemen desain moders yang simpel dalam logo menunjukkan aspirasi Moonton untuk terus berkembang dan berinovasi seiring dengan perubahan di industri game yang sangat kompetitif. Seiring pertumbuhan Moonton, logo ini menjadi representasi dari komitmen mereka terhadap keunggulan dan kolaborasi internasional dalam menciptakan produk game yang ikonik.

1.5 Produk perusahaan Moonton

Moonton memiliki beberapa produk, diantaranya:

- Magic Rush Heroes



Gambar 1.2 Logo Magic Rush

Sumber: en.moonton.com (2024)

Magic Rush: Heroes adalah sebuah game strategi berbasis mobile yang dikembangkan oleh Moonton dan rilis pada tahun 2015. Game ini menggabungkan elemen dari genre tower defense, role-playing game (RPG), dan strategi. Menjadikannya salah satu game unik dalam ekosistem game mobile. Game ini

mengharuskan pemain mengelola tim pahlawan (heroes) yang memiliki kemampuan unik masing-masing.

- Mobile Legends: Bang Bang



Gambar 1.3 Logo Mobile Legends: Bang Bang

Sumber: en.moonton.com (2024)

Mobile Legends: Bang Bang adalah game Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) yang dikembangkan dan dirilis oleh Moonton pada tahun 2016. Game ini dirancang untuk platform mobile dan dengan cepat mendapatkan popularitas di Asia Tenggara.

- Mobile Legends: Adventure



Gambar 1.4 Logo Mobile Legends: Adventure

Sumber: en.moonton.com (2024)

Mobile Legends: Adventure (MLA) adalah game idle role-playing game (RPG) yang dikembangkan oleh Moonton sebagai spin-off dari Mobile Legends: Bang-Bang. Game ini diluncurkan secara global pada tahun 2019 dan menjadi populer di kalangan pemain yang menginginkan pengalaman bermain yang santai dan strategis dibandingkan dengan gameplay MOBA yang kompetitif.

- Watcher of Realms



Gambar 1.5 Logo Watcher of Realms

Sumber: en.moonton.com (2024)

Watcher of Realms adalah game RPG strategi yang dikembangkan oleh Moonton, dirilis pada tahun 2023. Game ini menonjol dalam genre tower defense dengan elemen RPG, menawarkan lebih dari 100 karakter yang bisa dikoleksi dan di upgrade oleh pemain. Berlatar pada dunia fantasi yang bernama Tya, pemain berperan sebagai komandan yang memimpin tim pahlawan dalam pertempuran melawan kekuatan kegelapan yang mengancam dunia tersebut.

1.6 Latar Belakang Penelitian

Pamor game mobile mulai meningkat pesat di pasar dengan munculnya Angry Birds pada tahun 2009. Kesuksesan game ini mendominasi Apple App Store hingga akhirnya Angry Birds diperkenalkan di Android pada Februari 2010. Menjelang akhir 2011 pasar game di Indonesia mulai dikuasai oleh game bergenre arcade, seperti Temple Run dan Subway Surfers yang mengusung konsep endless running. Pada tahun 2010, Candy Crush hadir dan terus bertahan sebagai salah satu game paling sukses hingga saat ini. Tahun 2012 menandai transisi yang sangat besar dalam game mobile dikarenakan banyaknya transisi dari game offline menuju online, melalui peristiwa tersebut munculah Clash Of Clans (CoC), sebuah game bergenre RPG (Role-Playing Game) yang berhasil mencuri perhatian. Pada tahun 2014 muncul lah game bergenre arcade online seperti Get Rich yang meramaikan pasar Indonesia.

Puncak dari kemajuan game mobile adalah pada tahun 2016, dunia game di Indonesia sempat dihebohkan dengan kehadiran Pokemon Go, sebuah game yang

memiliki teknologi Augmented Reality (AR) yang membawa pengalaman baru bagi para penikmat game. Pada tahun 2016 pada bulan April genre MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) mulai memasuki platform mobile, dengan Mobile Legends: Bang-Bang yang langsung mendapatkan respon yang positif bagi kalangan gamers Indonesia.

Mobile Legends: Bang:Bang adalah game bergenre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) yang dikembangkan oleh Moonton. Game ini pertama kali diluncurkan pada tanggal 14 Juli 2016 untuk Android dan kemudian diikuti perilisannya di IOS pada tanggal 9 November. Permainan ini berfokus pada pertarungan antara dua tim yang masing-masing terdiri dari 5 pemain. Masing-masing pemain akan mengendalikan karakter yang akan disebut Hero, dan tujuan utama dari game ini adalah untuk menghancurkan base lawan sekaligus mempertahankan base tim sendiri. Untuk mencapai tujuan tersebut, para pemain harus mempertahankan tiga jalur utama dalam game, yaitu Gold lane, mid lane, dan EXP lane, yang menghubungkan kedua markas tersebut.



Gambar 1.6 Map Mobile Legends: Bang-Bang
Sumber: Game Mobile Legends: Bang-Bang, 2024

Di setiap jalur, pemain akan menghadapi minion, yaitu pasukan kecil yang dikendalikan oleh artificial Intelligence (AI). Masing-masing lane akan memberikan kelebihan tersendiri seperti pada Gold lane apabila kita mengeliminasi minion maka akan menambakan lebih banyak gold, untuk Mid lane sendiri akan disediakan minion berdarah rendah agar bisa melakukan pembersihan minion

dengan cepat. Untuk EXP lane akan memberikan EXP tambahan apabila mengeliminasi minion, akan tetapi efek tersebut hanya berlaku hingga lima menit pertama, setelah lima menit semua minion menjadi sama untuk semua lane. Mobile Legends: Bang-Bang menawarkan berbagai pilihan hero yang dikelompokkan ke dalam beberapa role. Setiap hero memiliki kemampuan dan keahlian unik yang membuat dinamika permainan semakin menarik. Berikut adalah beberapa role utama dalam MLBB dan penjelasannya.

- **Tank**



Gambar 1.7 Hero Tank Akai x Kungfu Panda

Sumber: Game Mobile Legends: Bang-Bang, 2024

Hero dengan daya tahan tinggi yang berfungsi sebagai pelindung bagi anggota tim lainnya. Tank biasanya berada di garis depan untuk menahan serangan lawan dan melindungi hero dengan daya tahan rendah.

- **Fighter**



Gambar 1.8 Hero Fighter Chou x Saint Seiya

Sumber: Game Mobile Legends: Bang-Bang, 2024

Hero ini memiliki keseimbangan antara serangan dan pertahanan. Fighter biasanya berfungsi sebagai inisiator dalam pertempuran dan mampu bertahan cukup lama di tengah pertempuran sambil memberikan damage yang signifikan.

- **Assasin**



Gambar 1.9 Hero Assasin Yin x Attack on Titan

Sumber: Game Mobile Legends: Bang-Bang, 2024

Hero ini memiliki kemampuan serangan yang tinggi dan bertugas untuk menghabisi lawan dengan cepat. Biasanya Assasin memiliki mobilitas yang tinggi sehingga dapat mengincar hero lawan yang memiliki pertahanan rendah.

- **Mage**



Gambar 1.10 Hero Mage Xavier x Jujutsu Kaisen

Sumber: Game Mobile Legends: Bang-Bang, 2024

Hero Mage memiliki kemampuan sihir dan dapat memberikan damage area yang besar dalam waktu singkat. Mage umumnya berperan sebagai pemberi damage jarak jauh terutama pada fase tengah dan akhir permainan.

- **Marskman**



Gambar 1.11 Hero Marksman Bruno x Neymar

Sumber: Game Mobile Legends: Bang-Bang, 2024

Marskman memiliki kemampuan serangan jarak jauh dan fokus dalam memberikan damage yang besar dari kejauhan. Marksman biasanya menjadi ujung tombak tim dalam menyerang turret dan markas lawan pada fase akhir permainan.

- **Support**

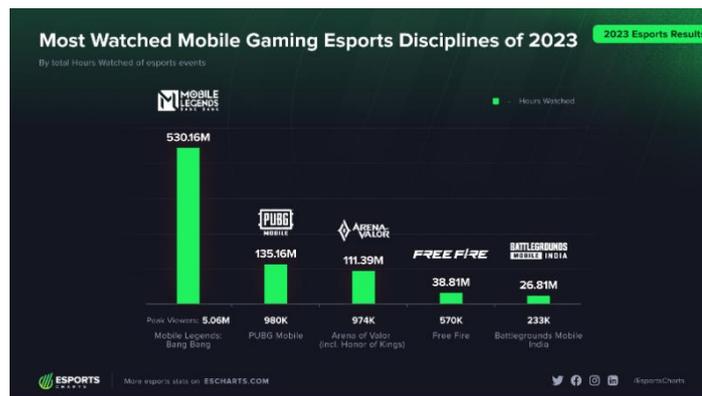


Gambar 1.12 Hero Support Angela x Sanrio

Sumber: Game Mobile Legends: Bang-Bang, 2024

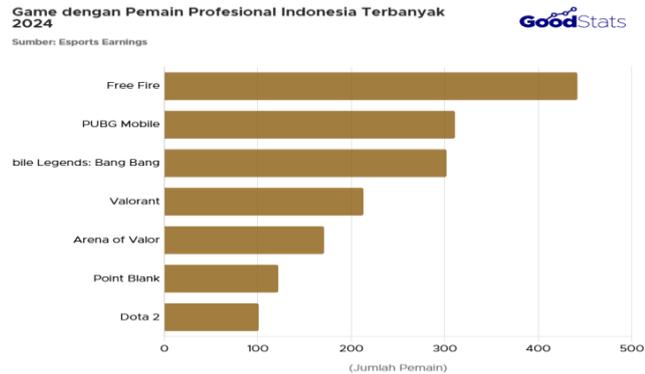
Hero Support berfungsi untuk membantu tim, baik dengan cara memberikan penyembuhan, buff atau debuff kepada lawan. Support bertugas untuk memastikan tim dapat bertahan lebih lama dalam pertempuran.

Selain menghadirkan berbagai pilihan hero dengan role yang berbeda, Mobile Legends: Bang-Bang juga menyediakan beragam mode permainan seperti Classic, Ranked, Brawl, dan juga Magic Chess yang menawarkan pengalaman bermain yang variatif bagi pemain. Dengan gameplay yang dinamis serta komunitas yang aktif, Mobile Legends: Bang-Bang terus menjadi salah satu game populer di industri esports dan pasar Mobile.



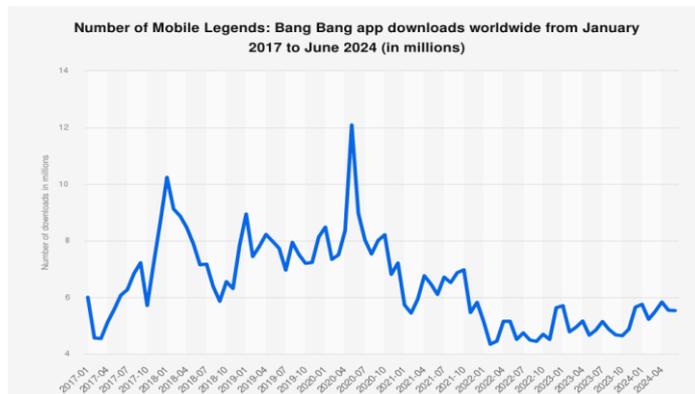
Gambar 1.13 Statistik Mobile Gaming Paling Banyak Ditonton Tahun 2023
Sumber: escharts (2024)

Gambar diatas menunjukkan betapa besarnya popularitas Mobile Legends: Bang-Bang di dunia esports, khususnya kategori game mobile dengan total hours watched mencapai 530,16 juta jam dan puncak penonton tertingginya sebanyak 5,06 juta, Mobile Legends: Bang-Bang unggul jauh dibandingkan game lain seperti PUBG Mobile dan Arena of Valor. Keberhasilan ini menunjukkan dominasi Mobile Legends sebagai salah satu game yang paling banyak diminati dan ditonton dalam skena esport global pada tahun 2023.



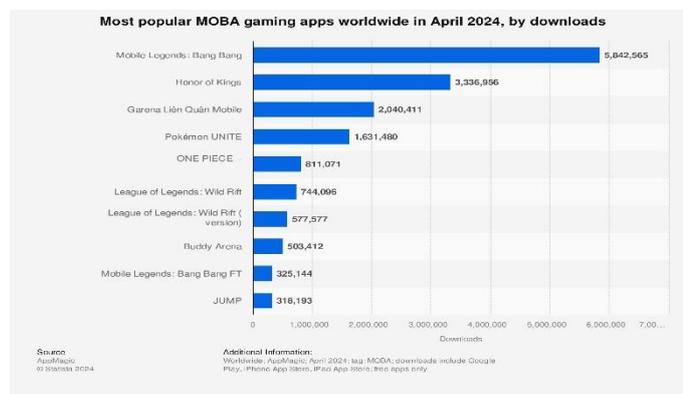
Gambar 1.14 Statistik Pemain Profesional Indonesia Terbanyak 2024
 Sumber: Goodstats (2024)

Prestasi ini mencerminkan bahwa Mobile Legends: Bang-Bang ini tidak hanya berhasil menarik pemain akan tetapi berhasil juga dalam membuat penonton setia menyaksikan pertandingan-pertandingan kompetitifnya. Game ini juga telah menciptakan ekosistem esports yang kuat, dengan didirikannya turnamen-turnamen besar seperti Mobile Legends Development Liga (MDL) yang merupakan turnamen resmi MLBB dari Moonton yang merupakan event esports profesional MLBB tingkat 2 di Indonesia, MDL Indonesia diselenggarakan untuk menjembatani mimpi para pemain MLBB untuk menjadi atlet profesional. Lalu ada Mobile Legends: Professional League (MPL) yang konsisten menarik perhatian dikarenakan MPL tidak hanya di dilaksanakan di Indonesia saja akan tetapi seluruh negara Asia Tenggara memiliki MPL nya masing-masing, dan untuk juara satu dan duanya akan mendapatkan kesempatan untuk memperebutkan juara dunia, dan nama kompetisi ini adalah M-Series World Champion, kompetisi ini sangat penting dikarenakan pada saat suatu jim juara maka mereka akan mendapat gelar juara dunia dan akan mendapatkan keuntungan untuk membuat skin bertemakan tim yang memenangkan juara tersebut. Dan yang menunjukkan pesatnya pertumbuhan Mobile Legends: Bang-Bang adalah ada 302 orang yang sekarang menjadi pemain profesional di Indonesia pada tahun 2024.



Gambar 1.15 Jumlah Unduhan Mobile Legends di Seluruh dunia
 Sumber: Statista (2024)

Pada bulan Juni tahun 2024 Mobile legends mencapai popularitas yang besar terutama di asia tenggara, terlihat lonjakan yang sangat signifikan terutama pada tahun awal popularitasnya, seperti tahun 2018 dan 2019. Fluktuasi ini menandakan bahwa strategi pemasaran yang sukses berhasil menarik perhatian pemain. Meskipun terjadinya penurunan bertahap akan tetapi Mobile Legends: Bang-Bang dapat mempertahankan unduhan yang stabil di angka 5,53 juta pada Juni tahun 2024.



Gambar 1.16 MOBA Terpopuler di Seluruh Dunia pada April 2024
 Sumber: Statista (2024)

Mobile Legends : Bang-bang masih memimpin aplikasi game MOBA paling banyak di unduh secara global, mencapai hampir 5,8 juta unduhan. Hal ini menunjukkan bahwa dominasi yang signifikan dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Popularitas ini tidak hanya membuktikan kekuatan brand image yang solid,

akan tetapi menegaskan bahwa strategi pemasaran dan komunitas pemain yang kuat menjadi kunci dalam mempertahankan loyalitas dan retensi pemain.

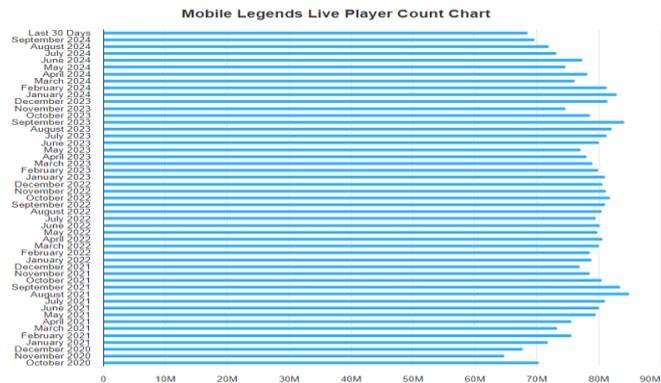
Melihat besarnya popularitas dan kecintaan pemain terhadap game Mobile Legends: Bang-Bang di Asia Tenggara khususnya di Indonesia, Malaysia, Filipina. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, fenomena ini menarik minat penulis untuk mengeksplorasi perkembangan terbaru yang terjadi di kalangan pemain game Mobile Legends: Bang-Bang saat ini.



Gambar 1.17 Mobile Game Paling Disukai di Indonesia

Sumber: databoks (2023)

Dari infografik tersebut terdapat 10 game mobile yang paling disukai di Indonesia. Mobile Legends: Bang-Bang menduduki peringkat pertama dengan tingkat pemilih 67%, menunjukkan dominasi dan popularitasnya di kalangan pemain tanah air, disusul oleh PUBG mobile di posisi kedua dengan 28% untuk PUBG Mobile dan 24% untuk Clash of Clans, game ini sangat menarik dikarenakan minat penggemar berkat gameplay yang kompetitif dan komunitas yang kuat.



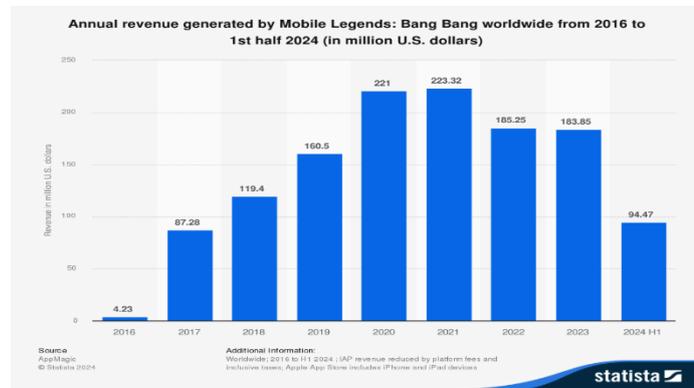
Gambar 1.18 Jumlah Pemain aktif Mobile Legends
 Sumber: activeplayer (2024)

Peningkatan popularitas game Mobile Legends, menekankan pentingnya strategi pemasaran yang mengutamakan brand awareness dan brand image. Febriyantoro (2020) mengungkapkan bahwa melakukan pemasaran melalui media digital sangat efektif dalam membangun kesadaran dan citra merek, yang akhirnya mempengaruhi loyalitas serta retensi pelanggan. Kesadaran merek tidak hanya membantu menciptakan pendekatan yang kuat akan tetapi mempromosikan hal yang positif dapat meningkatkan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan.

Nur Hani (2024) mengungkapkan bahwa kesadaran merek berkontribusi pada pengambilan keputusan konsumen melalui pengaruh psikologis yang signifikan, terutama dalam pasar yang kompetitif. Brand image yang menjaga konsisten mampu meningkatkan kepercayaan pengguna, yang penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Hal ini selaras dengan temuan Suriانشa (2023) yang menunjukkan bahwa kepercayaan dan pengalaman positif dengan merek memperkuat loyalitas, hal ini bertujuan untuk mengurangi kemungkinan konsumen beralih ke kompetitor.

Pada data di atas menunjukkan bahwa jumlah pemain Mobile Legends: Bang-Bang mencapai puncak pada tahun 2022 dengan 80 juta pemain aktif, sebelum mengalami penurunan pada tahun 2023 dan 2024. Ini menekankan pentingnya Moonton untuk terus meningkatkan brand awareness dan brand image guna menjaga minat pemain. Menurut Sinambela dkk. (2022) menunjukkan bahwa citra merek mampu meningkatkan retensi pelanggan dan dengan melakukan kolaborasi

dengan influencer dapat membantu memperkuat hubungan emosional dan menjaga loyalitas pemain.



Gambar 1.19 Pendapatan Mobile Legends : Bang-Bang
Sumber: Statista (2024)

Mobile Legends: Bang-Bang telah menunjukkan performa yang luar biasa pada saat perilisannya pada tahun 2016, berdasarkan data yang di lampirkan pendapatan pada tahun pertama adalah \$4,23 juta (Rp63,45 Miliar) dan menempati puncaknya pada tahun 2021 dengan mendapatkan \$223,32 Juta (Rp3,349,8 Triliun). Pertumbuhan ini membuktikan kesuksesan Moonton dalam memperkuat Brand awareness dan Brand image yang kuat. Pemasukan Mobile Legends : Bang-Bang datang dari berbagai macam kegiatan seperti adanya penjualan diamond dan apabila di rupiahkan 1 diamond nya Rp253, lalu dari diamond tersebut moonton membuat berbagai macam skin yang dapat mengubah animasi suatu hero menjadi lebih baik lagi, lalu ada juga pemasukan yang berasal dari penjualan tiket turnamen offline dan sponsor yang merasa tertarik dengan Mobile Legends dan sponsor pada tahun ini adalah Samsung, Indomaret, GOPAY, Telkomsel, Heads & Shoulders, Dunia Games, Oraimo, Saturdays dan juga UBS Gold, tidak berhenti disitu saja Mobile Legends juga melakukan monetisasi konten live streaming yang dilakukan pada platform youtube.

Di balik popularitasnya, Mobile Legends : Bang-Bang menghadapi tantangan dengan adanya penurunan jumlah unduhan, pemain aktif, dan pendapatan pada awal 2024 dibandingkan puncaknya di 2022. Persaingan ketat di industri game mobile membuat retensi dan loyalitas pemain menjadi isu krusial. Oleh karena itu,

strategi pemasaran yang fokus pada penguatan Brand Awareness dan Brand Image sangat penting untuk memastikan pemain tetap setia dan terlibat dalam jangka panjang.

Penurunan metrik ini menunjukkan adanya celah dalam menjaga keterikatan pemain, meskipun Mobile Legends : Bang-Bang sudah sangat dikenal. Brand Awareness, yaitu sejauh mana pemain mengenali dan mengingat merek Mobile Legends : Bang-Bang, menjadi fondasi penting untuk membangun hubungan emosional dengan pemain dan memperkuat ekuitas merek. Di sisi lain, Brand Image, yang mencakup persepsi dan asosiasi pemain terhadap Mobile Legends : Bang-Bang, memainkan peran kunci dalam membentuk kepercayaan dan loyalitas jangka panjang. Dengan semakin banyaknya pesaing yang menawarkan fitur inovatif, Moonton perlu memahami cara memanfaatkan kedua aspek ini secara efektif untuk meningkatkan loyalitas dan retensi pemain.

1.7 Perumusan Masalah

- a. Bagaimana gambaran Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty, serta Customer Retention Pemain Mobile Legends : Bang-Bang ?
- b. Bagaimana pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Image Mobile Legends : Bang-Bang ?
- c. Bagaimana Pengaruh Brand Image terhadap Brand Loyalty Mobile Legends : Bang-Bang ?
- d. Bagaimana pengaruh Brand Image terhadap Customer Retention pemain Mobile Legends : Bang-Bang ?
- e. Bagaimana pengaruh Brand Awareness terhadap Customer Retention pemain Mobile Legends : Bang-Bang ?
- f. Bagaimana pengaruh Brand Loyalty terhadap Customer Retention pemain Mobile Legends : Bang-Bang ?
- g. Bagaimana pengaruh Brand Awareness terhadap Customer Retention yang dimediasi oleh Brand Loyalty pemain Mobile Legends : Bang-Bang ?
- h. Bagaimana pengaruh Brand Image terhadap Customer Retention yang dimediasi oleh Brand Loyalty pemain Mobile Legends : Bang-Bang ?

1.8 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty, serta Customer Retention pemain Mobile Legends: Bang-Bang.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Image Mobile Legends: Bang-Bang.
- c. Untuk menganalisis pengaruh Brand Image terhadap Brand Loyalty Mobile Legends: Bang-Bang.
- d. Untuk menganalisis pengaruh Brand Image terhadap Customer Retention pemain Mobile Legends: Bang-Bang.
- e. Untuk menganalisis pengaruh Brand Awareness terhadap Customer Retention pemain Mobile Legends: Bang-Bang.
- f. Untuk menganalisis pengaruh Brand Loyalty terhadap Customer Retention pemain Mobile Legends: Bang-Bang.
- g. Untuk menganalisis pengaruh Brand Awareness terhadap Customer Retention yang dimediasi oleh Brand Loyalty pemain Mobile Legends: Bang-Bang.
- h. Untuk menganalisis pengaruh Brand Image terhadap Customer Retention yang dimediasi oleh Brand Loyalty pemain Mobile Legends: Bang-Bang.

1.9 Manfaat penelitian

- a. Memberikan panduan bagi developer game dan merek terkait dalam menyusun strategi untuk mempertahankan pelanggan dengan mengungkap bahwa Brand Awareness dan Brand Image memiliki dampak yang signifikan terhadap kemampuan untuk mempertahankan pemain. Dengan memahami faktor-faktor ini perusahaan dapat merancang langkah-langkah yang lebih tepat untuk menjaga keterikatan pemain dalam jangka panjang.
- b. Brand Loyalty memiliki peran penting sebagai penghubung antara Brand awareness, Brand Image, dan Customer Retention. Penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Loyalty berfungsi sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara tiga variabel lainnya. Pemain yang merasa loyal terhadap suatu merek atau permainan akan cenderung lebih bertahan dan terus aktif dalam

- memainkan game tersebut. Temuan ini membuktikan pentingnya membangun loyalitas pelanggan dalam industri game.
- c. Penelitian ini menambah wawasan tentang peran Brand Awareness dan Brand Image dalam industri game mobile. Dengan menjelaskan kedua faktor ini mempengaruhi perilaku pelanggan, dengan temuan ini memperkuat pemahaman bahwa Brand Image yang positif dan tingkat kesadaeran yang tinggi sangat penting untuk mempertahankan basis pengguna.
 - d. Temuan ini memberikan rekomendasi strategis bagi developer game baik internasional maupun nasional untuk bersaing di pasar gaming yang terus berkembang. Dengan mengoptimalkan strategi pemasaran seperti meningkatkan Brand Image melalui konten kreatif dan kolaborasi dengan influencer maupun kolaborasi di dalam game, membangun loyalitas pelanggan melalui program-program seperti hadiah eksklusif, event khusus dan interaksi komunitas yang mendalam.

1.10 Sistematika Penulisan

Bagian ini memberikan penjelasan mengenai struktur dan ringkasan singkat dari lapiran penelitian, yang mencakup Bab I hingga Bab V . Berikut adalah isi dari setiap bab tersebut .

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan gambaran umum yang singkat mengenai isi penelitian. Di dalamnya terdapat pengenalan terhadap objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori-teori yang mendukung penelitian, mulai dari konsep yang bersifat umum hingga yang lebih spesifik, serta mencakup penelitian sebelumnya yang relevan. Selain itu bab ini juga menyajikan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjabarkan pendekatan, metode dan teknik yang akan diterapkan untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menjawab pertanyaan penelitian. Bagian ini mencakup jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, serta pengujian validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasannya secara terstruktur sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Terdapat dua bagian dalam bab ini ,bagian pertama menyajikan hasil penelitian , sementara bagian kedua menganalisis dan membahas hasil tersebut. Pembahasan dimulai dengan menganalisis data, diikuti oleh interpretasi dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan ini, hasil penelitian akan dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau teori-teori yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian serta saran-saran yang berkaitan dengan hasil penelitian. Kesimpulan berfungsi sebagai jawaban utama dari penelitian, sementara sara memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait.