

ANALISIS PENERIMAAN XBOX CLOUD GAMING DI INDONESIA MENGUNAKAN UTAUT

Danang Ary Dewangga¹, Masmira Kurniawati²

Universitas Airlangga, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia^{1,2}

Email: danang.ary.dewangga-2019@feb.unair.ac.id¹, masmira-k@feb.unair.ac.id²

Abstrak

Teknologi *cloud gaming* merupakan sebuah inovasi yang cukup baru dalam industri *game* di dunia. Implementasinya secara bertahap meluas dan mencapai Indonesia pada saat ini. Namun pertumbuhan penggunaannya cenderung lambat, padahal pemain *game* di Indonesia mencapai 105 juta orang. Jika pengguna *cloud gaming* dapat menjadi lebih besar tentu akan menguntungkan bagi perusahaan penyedia dan negara Indonesia. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi *cloud gaming* dengan studi kasus Xbox cloud gaming. Pada penelitian ini menggunakan model utama *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) ditambahkan variabel *perceived security* dan *perceived value*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei *online* menggunakan google form. Jumlah sampel yang dikumpulkan mencapai 120 orang pemain *game*. Analisis regresi berganda dan sub-grup analisis digunakan menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan pada penelitian. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa semua hipotesis terdukung. *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *perceived security* dan *perceived value* berpengaruh pada *behavioral intention* pengguna untuk tetap menggunakan Xbox cloud gaming. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membuat penyedia layanan *cloud gaming* terutama Xbox, untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan saran yang diajukan oleh penulis.

Kata kunci: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *perceived security*, *perceived value*, *behavioral intention*, *cloud gaming*, UTAUT

Abstract

Cloud gaming technology is a fairly new innovation in the gaming industry in the world. The implementation gradually expanded and reached Indonesia at this time. However, the growth of its users tends to be slow, even though game players in Indonesia have reached 105 million people. If cloud gaming users can become larger, it will certainly be profitable for the provider companies and the Indonesian state. Therefore this research was conducted to understand the factors that influence the acceptance of cloud gaming technology with the Xbox cloud gaming case study. In this study using the main model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) added variables perceived security and perceived value. The data collection method used is an online survey using Google Forms. The number of samples collected reached 120 game players. Multiple regression analysis and sub-group analysis were used to test the hypotheses proposed in the study. Based on the results of the analysis it was found that all hypotheses were supported. performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, perceived security and perceived value influence the user's behavioral intention to keep using Xbox cloud gaming. The results of this study are expected to be able to make cloud gaming service providers, especially Xbox, to be able to improve the quality of service based on the suggestions put forward by the author.

Keywords: *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, perceived security, perceived value, behavioral intention, cloud gaming, UTAUT*

Pendahuluan

Pertumbuhan industri *game* dunia telah bertumbuh sangat pesat. Berdasarkan estimasi yang dilakukan oleh Bloomberg nilai industri *game* yang saat ini mencapai 173 miliar dollar akan meningkat 100% pada 2027 (Bloomberg, 2022). Perkembangan tersebut juga dirasakan hingga ke Indonesia yang dibuktikan dengan banyaknya jumlah pemain *game* yang mencapai 105 juta orang di Indonesia (Bestari, 2022). Sedangkan menurut Johnny G Plate selaku Menkominfo, pendapatan negara yang didapat dari industri *game* mencapai lebih dari 25 triliun rupiah dan meningkat 25-30% pertahun (Rizkinaswara, 2021). Perkembangan pesat tersebut tidak lepas dari dukungan pemerintah pada industri *game*, salah satu diantaranya adalah memperluas jaringan internet dan jaringan 5G (Kominfo, 2021). Jaringan internet sangatlah krusial bagi perkembangan industri *game* terutama pada masa ini ketika banyak jenis *game multiplayer* (Bossler & Nakatsu, 2006).

Pesatnya perkembangan pada industri tersebut juga mengakibatkan munculnya berbagai teknologi terkait dengan *gaming*. Salah satu teknologi yang cukup baru adalah *cloud gaming* (Cai et al., 2016a). *Cloud gaming* sering disebut dengan teknologi *game* masa depan, karena berbagai kelebihan yang ditawarkannya. Teknologi ini mampu menyelesaikan permasalahan klasik pemain yaitu semakin tingginya kebutuhan akan spesifikasi perangkat dan harga *game* (Sadewo et al., 2019). Jika menggunakan *cloud gaming*, maka pengguna dapat memainkan *game* apapun yang tersedia dengan menggunakan berbagai perangkat tanpa memperdulikan spesifikasi (Indihome, 2022). Kelebihan lainnya adalah pengguna tidak perlu melakukan instalasi *game* yang berbelit, mereka hanya perlu menginstal aplikasi *cloud gaming* dan langsung bisa memainkannya (Xbox, 2023). Walaupun memiliki berbagai kelebihan, tapi semua itu harus tetap terkoneksi dengan internet. Namun seiring berjalanya waktu, permasalahan tersebut akan teratasi karena perkembangan infrastruktur internet yang juga pesat (semakin cepat namun tetap dengan harga terjangkau).

Salah satu teknologi *cloud gaming* yang dapat dimainkan di Indonesia adalah Xbox cloud gaming. Xbox cloud gaming ada pada produk PC game pass Xbox, yang telah resmi masuk di Indonesia pada 21 April 2022 (Pratama, 2022). Namun untuk *cloud gaming* didalamnya masih belum resmi masuk, tapi tetap bisa dimainkan dengan cara yang mudah. Xbox cloud gaming memungkinkan pengguna untuk memainkan *game* PC yang dimiliki Xbox diberbagai perangkat PC, konsol *game*, *website*, *smartphone* (android & iOS) dan beberapa perangkat lainnya. Xbox cloud gaming dipilih selain karena cenderung masih baru, perencanaan ekspansi produknya juga sangat masif sehingga sangat mungkin tersedia secara resmi di Indonesia (Catherine, 2022).

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dapat diketahui bahwa teknologi *cloud gaming* termasuk Xbox Cloud Gaming memiliki berbagai keunggulan yang belum bisa dicapai oleh teknologi *game* konvensional. Namun pada kenyataannya, perkembangan *cloud gaming* di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang lambat, bahkan cenderung stagnan menurut COO Skygrid Muhammad Chandrataruna (Kaonang, 2020). Hal itu dapat dibuktikan dengan data yang disampaikan oleh Rolly Edward selaku CEO Skygrid, mengenai jumlah pengguna aktif teknologi miliknya hanyalah 4.500 orang dari 100.000 *download* di *play store* (Fachrizal, 2020). Permasalahan tersebut sangat mungkin dialami juga oleh Microsoft. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan tidak adanya data pemain aktif Xbox Cloud Gaming dan didukung pernyataan Satya Nadella (CEO

Microsoft) yang hanya menunjukkan jumlah pengguna yang pernah bermain Xbox Cloud Gaming (Giret, 2022). Rendahnya angka adopsi teknologi *cloud gaming* di Indonesia tersebut tentu menghawatirkan ditengah perkembangan industri *game* dunia yang begitu pesat. Sehingga untuk menjawab permasalahan yang ada, diperlukan penelitian untuk memahami faktor yang memengaruhi niat adopsi teknologi baru berupa *cloud gaming*.

Penelitian yang dilakukan saat ini akan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Model UTAUT yang dirumuskan oleh Venkatesh dan Morris (2003), menggabungkan delapan model penelitian yang terkait dengan pengukuran niat penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Delapan model yang dikombinasikan tersebut adalah *Theory of Reason Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT), dan *Model of PC Utilization* (MPCU). Penelitian Hamrul dan Indrati juga menyimpulkan bahwa aspek penerimaan teknologi yang dicakup oleh model UTAUT dapat mencapai 70% - 81.5% (Chao, 2019; Hamrul et al., 2013; Indrati et al., 2011).

Model UTAUT yang dikembangkan oleh Venkatesh (2003) memiliki 4 konstruksi utama yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. Keempat konstruk tersebut menjadi faktor penentu utama untuk mengukur tingkat penerimaan teknologi baru. Penelitian lain juga telah membuktikan bahwa keempat konstruk tersebut dapat menjadi prediktor penerimaan teknologi baik secara individu maupun perusahaan (Alraja, 2016; Salam & Ali, 2020; Sivathanu, 2019). Penelitian ini juga menambahkan dua konstruk baru yang telah terbukti secara empiris dapat memengaruhi niat menggunakan sesuatu yang baru. Kedua konstruk itu adalah yaitu *perceived security* dan *perceived value*. *Perceived security* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi yang digunakan akan menjaga keamanan data miliknya (Keni et al., 2020; Shin, 2009). Pada penggunaan teknologi *perceived security* sudah tidak bisa dianggap sebelah mata, banyak penelitian yang menguji pengaruhnya pada niat penggunaan teknologi (*behavioral intention*). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa perasaan aman terhadap data yang dipergunakan dalam setiap proses berjalannya teknologi, dapat meningkatkan niat menggunakan teknologi baru (Denaputri & Usman, 2019; Farooq et al., 2020; Tahar et al., 2020).

Berdasarkan penjabaran yang telah dilakukan sebelumnya, telah terlihat alasan penting dilakukannya penelitian ini dilakukan. Penelitian ini bukan hanya dapat membantu memperluas pemahaman mengenai faktor penyebab adopsi teknologi dan meningkatkan penggunaan Xbox cloud gaming, melainkan juga sebagai sumber referensi pengusaha lokal untuk mengembangkan teknologi yang dapat bersaing secara strategis. Fakta tersebut juga didukung oleh pernyataan Izzuddin Al Azzam (CEO Gameqoo, anak usaha Telkom) yang menyatakan bahwa *cloud gaming* merupakan alternatif bagi pengembang dan pemain sebagai tempat berinteraksi dan sebelum banyak perusahaan besar masuk, industri dalam negeri harus memiliki posisi yang strategis (Millah, 2022).

Pengembangan Hipotesis

UTAUT

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model yang digunakan untuk menjelaskan perilaku penggunaan atau adopsi sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003, 2012). Model ini banyak dibandingkan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), sebagai model penelitian penerimaan teknologi paling populer (Bagozzi, 2007; Hamrul et al., 2013; Indrati et al., 2011; Kim et al., 2015). Model UTAUT

mengombinasikan delapan model penerimaan teknologi. Delapan model yang dikombinasikan tersebut adalah *Theory of Reason Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT), dan *Model of PC Utilization* (MPCU). UTAUT, dapat mengukur hingga 70% varian niat penggunaan teknologi baru (Hamrul et al., 2013; Indrati et al., 2011; Venkatesh et al., 2003). Venkatesh (2003) merumuskan model UTAUT memiliki 4 konstruk yang menjadi penentu perilaku penerimaan teknologi yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition*.

Performance Expectancy

Performance expectancy didefinisikan sebagai tingkatan dimana individu percaya bahwa jika dia menggunakan sistem baru, maka akan membantunya untuk mencapai peningkatan performa dalam menjalankan aktivitas (Venkatesh et al., 2003). Sebuah kewajaran jika orang akan mengharapkan peningkatan performa, ketika menggunakan teknologi baru. Karena mereka perlu mengeluarkan usaha lebih, maka harapan mereka juga meningkat. *Performance expectancy* merupakan konstruk yang disusun dari *perceived usefulness* (TAM/TAM2 and C-TAM-TPB), *extrinsic motivation* (MM), *job-fit* (MPCU), *relative advantage* (IDT), dan *outcome expectations* (SCT) (Venkatesh et al., 2003).

Effort Expectancy

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Rasa percaya bahwa sebuah teknologi baru mudah dikuasai, menjadi prediktor penting menentukan niat penggunaan. *Effort expectancy* merupakan konstruk yang disusun berdasarkan *perceived ease of use* (TAM/TAM2), *complexity* (MPCU), dan *ease of use* (IDT) (Venkatesh et al., 2003). Kemudahan penggunaan (*ease of use*) telah lama dikenal sebagai konstruk yang menentukan niat penggunaan. Hal ini tidak hanya berlaku pada produk teknologi saja, namun bisa dalam segala hal. Pada banyak hasil penelitian dikatakan bahwa *effort expectancy* merupakan prediktor penting penerimaan teknologi baru (Chao, 2019; Farooq et al., 2020; Fuad et al., 2019; Tomić et al., 2022).

Social Influence

Social influence didefinisikan sebagai tingkatan dimana seorang individu merasa bahwa saran dari orang yang penting baginya, menjadi dorongan untuk menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003; Wu et al., 2012). *Social influence* merupakan konstruk yang disusun berdasarkan *Subjective norm* (TRA, TAM2, TPB/DTPB dan C-TAM-TPB), *social factors* (MPCU), dan *image* (IDT) (Venkatesh et al., 2003). Pada banyak hasil penelitian dikatakan bahwa *Social influence* merupakan prediktor penting penerimaan teknologi baru (Chao, 2019; Farooq et al., 2020; Fuad et al., 2019; Tomić et al., 2022). Penggunaan sebuah teknologi bisa meningkatkan *image* seseorang dalam lingkungan sosialnya. Selain itu penggunaan teknologi baru mengikuti lingkungan sosialnya dapat menjaga hubungan sosial karena membantu mereka tetap terhubung dengan teman di lingkungan sosial tersebut (Marino et al., 2020).

Facilitating Condition

Facilitating condition didefinisikan sebagai tingkatan dimana individu percaya bahwa infrastruktur teknis yang dimiliki dapat mendukung berjalannya teknologi baru tersebut (Indrawati et al., 2017; Venkatesh et al., 2003, 2012; Wu et al., 2012). Konstruk ini secara lebih luas juga mencakup kepercayaan pengguna terhadap kondisi fasilitas yang ada di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat berupa adanya tempat akses wi-fi umum, kualitas jaringan, bantuan penggunaan, aksesoris pendukung dan sebagainya. Semua hal

tersebut akan meningkatkan ketertarikan adopsi teknologi baru. *Facilitating condition* merupakan konstruk yang disusun berdasarkan *perceived behavioral control* (TPBI DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating conditions* (MPCU), dan *compatibility* (IDT). Pada banyak hasil penelitian variabel *facilitating condition* merupakan prediktor penting terhadap penerimaan teknologi baru (Chao, 2019; Farooq et al., 2020; Fuad et al., 2019; Tomić et al., 2022). Adanya fasilitas pendukung yang lengkap akan semakin meningkatkan keinginan untuk menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003).

Perceived Security

Perceived security didefinisikan sebagai persepsi konsumen atau orang bahwa semua data atau informasi pribadi mereka tidak akan disalahgunakan atau digunakan untuk tujuan penipuan (Keni et al., 2020). Menurut Jiaxin (2019), ketika seorang konsumen percaya bahwa sistem yang digunakannya memiliki keamanan yang baik, maka konsumen tersebut juga akan percaya bahwa informasi pribadi mereka juga selalu terlindungi dari penyalahgunaan (Jiaxin Zhang et al., 2019). Keamanan sebuah sistem memang sangat penting, umumnya ketika sedang menggunakan layanan yang butuh pemberian informasi keamanan merupakan faktor yang menjadi prioritas. Hal tersebut dapat membuat konsumen merasa aman dan lebih mempertimbangkan penggunaannya lagi. Telah banyak penelitian yang menyimpulkan bahwa rasa aman terhadap data yang dipergunakan dalam setiap proses berjalannya teknologi, dapat meningkatkan niat menggunakan teknologi baru (Denaputri & Usman, 2019; Farooq et al., 2020; Tahar et al., 2020).

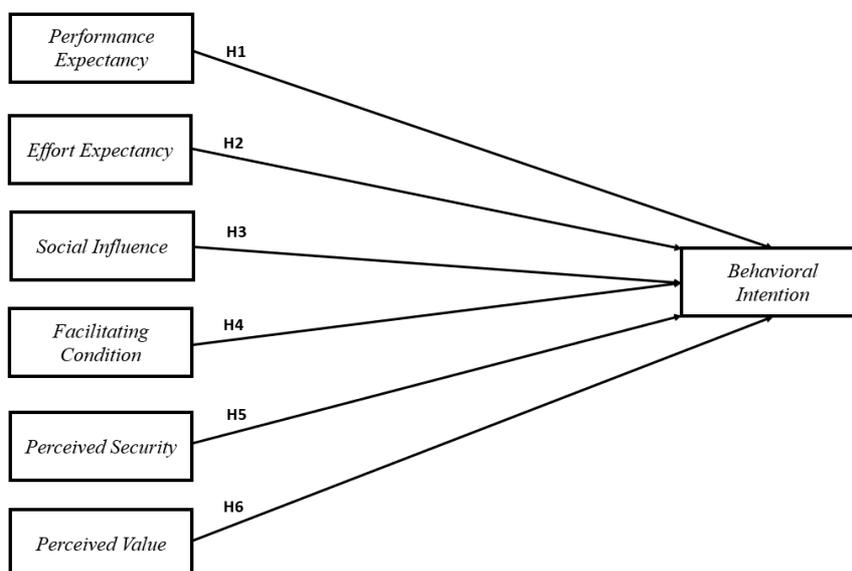
Perceived Value

Perceived value didefinisikan sebagai nilai yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan manfaat dan biaya yang dikeluarkan untuk produk (Ilban et al., 2015; Zeithaml, 1988). Konsumen dibuat merasakan *value* yang lebih dengan memberikan *game* eksklusif, jika menggunakan *cloud gaming* dalam hal ini adalah Xbox game pass. *Game* eksklusif adalah *game* yang hanya dapat dimainkan pada platform tertentu yang telah diatur oleh *publisher*. *Game* tersebut hampir tidak mungkin dimainkan pada platform lain, selain yang telah ditentukan sebelumnya. Eksklusivitas *game* terhadap perangkat tertentu dapat bersifat permanen, atau berjangka waktu. Eksklusivitas berjangka waktu juga dapat berlaku untuk konten yang dapat diunduh untuk *game* multiplatform, seperti perjanjian eksklusivitas Activision dengan Sony Interactive Entertainment (waralaba Call of Duty). Berdasarkan banyak sumber *game* eksklusif seringkali menjadi pendorong tingginya permintaan akan produk konsol baru yang dikembangkan (Magrino, 2008). Sehingga bisa dikatakan bahwa *perceived value* yang dirasakan konsumen dari *game* eksklusif, dapat meningkatkan keinginan mereka untuk menggunakan teknologi *cloud gaming* milik Xbox (Alverönn Oresvärd et al., 2021; Sari & Kusuma, 2014; P. Wang et al., 2021; X. Wang et al., 2022)

Behavioral Intention

Behavioral intention sendiri didefinisikan sebagai sejauh mana individu merencanakan untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku dimasa depan (Ramírez-Correa et al., 2019; Venkatesh et al., 2012). Pada definisi lain, *behavioral intention* mengacu pada keinginan atau niat untuk melakukan sebuah perilaku tertentu (Setiawan et al., 2022; Sivathanu, 2019). Pada penelitian ini *behaviour intention* dapat didefinisikan sebagai niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu seperti tetap menggunakan menggunakan sebuah teknologi *cloud gaming* dan merekomendasikannya pada orang lain. Pada konsep dasar model-model penerimaan teknologi yang banyak dikembangkan sebelumnya, *behavioral intention* menjadi konstruk penting yang menjembatani dari persepsi penggunaan teknologi informasi dan *actual use* (Agudo-

Peregrina et al., 2014; Sivathanu, 2019; Venkatesh et al., 2003, 2012). Pada banyak penelitian tersebut didapatkan kesimpulan bahwa semakin tinggi *behavioral intention* semakin tinggi pula potensi untuk menggunakan sistem yang sebenarnya.



Gambar 1. Model Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Performance expectancy adalah tingkatan dimana individu percaya bahwa jika dia menggunakan sistem baru, maka akan membantunya mencapai peningkatan performa menjalankan aktivitas (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan banyak hasil penelitian *performance expectancy* merupakan prediktor kuat untuk menentukan niat penggunaan teknologi baru (Ericaska et al., 2021; Salam & Ali, 2020; Venkatesh et al., 2003). Hal tersebut bisa terjadi karena ketika ekspektasi pengguna tercapai dalam mengatasi kekurangan teknologi sebelumnya, maka dia akan cenderung tetap akan menggunakannya. Pernyataan tersebut diperkuat dengan penggunaan *cloud computing* pada pemerintahan dapat meningkatkan performa pelayanan, karena dapat digunakan dimana pun, sehingga niat menggunakannya meningkat (Jemmy, 2014; Salam & Ali, 2020).

Pada kasus ini penggunaan *cloud gaming* akan membuat individu dapat memainkan berbagai jenis *game* yang diinginkan dengan performa baik hanya dalam satu teknologi dari berbagai jenis perangkat. Selain itu, penggunaan *cloud gaming* juga dapat meningkatkan kualitas pengalaman bermain, karena individu tersebut tidak perlu pusing memikirkan ukuran *game*, spesifikasi dan sebagainya (Indihome, 2022). Banyak studi juga menunjukkan bahwa ketika *performance expectancy* akan sebuah teknologi baru tersebut tinggi, maka niat untuk tetap menggunakannya (*behavioral intention*) juga akan meningkat (Abbad, 2021; Agudo-Peregrina et al., 2014; Chao, 2019; Hidayat et al., 2020; Venkatesh et al., 2003, 2012). Hal tersebut karena mereka berharap bahwa penggunaan teknologi baru tersebut akan dapat menyelesaikan kelemahan teknologi yang mereka gunakan sebelumnya. Berdasarkan uraian di atas, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Pada variabel ini kepercayaan pengguna bahwa

tidak perlu usaha yang keras dan pengetahuan yang dalam untuk dapat menggunakan teknologi *cloud gaming* ini menjadi poin penting dalam pengaruh terhadap niat penggunaan (Ajzen, 1991; Chao, 2019; Venkatesh et al., 2003). Ketika sebuah teknologi baru dirasa mudah digunakan maka rasa ketertarikan untuk menggunakan teknologi tersebut pastinya akan meningkat, bahkan ketika mereka tidak familiar sebelumnya (Hamid et al., 2016; Indrawati et al., 2017). Teknologi *cloud gaming* memungkinkan individu tidak perlu memikirkan proses instalasi yang rumit dan mengecek kompatibilitas *game* dengan perangkat (Nayak & Sharma, 2016). Hal tersebut berpotensi dapat meningkatkan rasa percaya akan kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh teknologi baru. Jika *cloud gaming* dirasa memberikan kemudahan yang lebih daripada perangkat lain, maka niat untuk tetap menggunakannya akan menjadi tinggi. Berdasarkan uraian di atas, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Social influence didefinisikan sebagai tingkatan dimana seorang individu merasa bahwa saran dari orang yang penting baginya, menjadi dorongan untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003; Wu et al., 2012). Sebuah *game* seringkali bukan hanya dimainkan oleh individu, melainkan juga secara berkelompok dengan teman. Teman dan orang di sekeliling individu tersebut juga cenderung akan menyarankan dia untuk menggunakan teknologi tersebut agar tetap dapat terhubung dengan mereka (Hall & Mansfield, 1975). Seringkali individu akan menggunakan teknologi, jika orang disekelilingnya telah banyak menggunakannya juga (Alraja, 2016).

Sebuah teknologi *cloud gaming* memungkinkan untuk terjadinya interaksi antara pemain secara *online*. Lebih hebatnya lagi, karena *cloud gaming* memungkinkan bermain *game* lintas platform, sehingga membuat individu yang mungkin hanya memiliki HP dapat bermain bersama temannya yang menggunakan komputer pribadi (PC) (Cai et al., 2016b). Hal tersebut akan membuat *social influence* memiliki pengaruh lebih besar dalam meningkatkan niat penggunaan teknologi *cloud gaming* tersebut. Banyak penelitian juga telah membuktikan bahwa *social influence* memiliki pengaruh besar pada penerimaan teknologi baru (Alraja, 2016; Ericaska et al., 2021; Salam & Ali, 2020; Venkatesh et al., 2003, 2012).

H3 : *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Facilitating condition didefinisikan sebagai tingkatan dimana individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan organisasi dapat mendukung berjalannya teknologi baru tersebut (Indrawati et al., 2017; Venkatesh et al., 2003, 2012; Wu et al., 2012). *Facilitating condition* terdiri dari sumber daya perangkat lunak, perangkat keras, dukungan teknis dan pengetahuan teknologi informasi (Taylor dan Todd, 1995a, 1995b). Berdasarkan penelitian konsumen cenderung mengadopsi penggunaan perbankan elektronik, ketika mereka dapat dengan mudah mengakses internet serta komputer (Joshua dan Koshy, 2011). Ketika individu tersebut percaya bahwa dukungan tersebut ada, maka dia akan memiliki dorongan untuk mencoba teknologi tersebut. Selain fasilitas internet (fasilitas teknis) yang dimiliki pribadi, lingkungan individu yang memiliki akses wi-fi luas juga dapat memengaruhi niat menggunakan teknologi baru (Indrawati et al., 2017). Banyak penelitian juga telah menyatakan bahwa *facilitating condition* memiliki hubungan positif dengan *intention* untuk menggunakan teknologi komunikasi seluler (Park et al., 2007) dan pembayaran seluler (Zhou et al., 2010; Yu, 2012). Berdasarkan uraian di atas, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut :

H4 : *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Perceived security atau keamanan yang dirasakan bukanlah variabel mendasar dari model UTAUT, tetapi kemungkinan besar memiliki dampak signifikan pada adopsi

teknologi. Sejumlah penelitian yang memasukkan *perceived security* ke dalam model mengkonfirmasi asumsi ini, beberapa diantaranya adalah Teoh et al. (2013), Oney dkk. (2017) dan Liebana-Cabanillas et al. (2018). Telah banyak penelitian yang menguji pengaruh *perceived security* pada niat penggunaan teknologi (*behavior intention*). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa rasa aman terhadap data yang dipergunakan dalam setiap proses berjalannya teknologi, dapat meningkatkan niat menggunakan teknologi baru (Denaputri & Usman, 2019; Farooq et al., 2020; Tahar et al., 2020). Sehingga dapat dikatakan semakin rendah rasa keamanan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin rendah potensi mereka mengadopsi teknologi baru. Begitu pula sebaliknya. Berdasarkan uraian di atas, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut:

H5 : *Perceived security* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Perceived value didefinisikan sebagai nilai yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan manfaat dan biaya yang dikeluarkan untuk produk (Ilban et al., 2015; Zeithaml, 1988). Konsumen dibuat merasakan *value* yang lebih dengan memberikan *game* eksklusif, jika menggunakan *cloud gaming* dalam hal ini adalah Xbox Cloud Gaming. Dalam kasus ini pemain akan merasakan menjadi salah satu dari sedikit orang yang dapat mengakses *game* tersebut. *Game exclusive* yang ditawarkan, membuat sebuah *game* seakan menjadi barang yang berharga dan *rare* (X. Wang et al., 2022). Karena barang tersebut dinilai berharga maka manfaat yang diterima juga dirasa menjadi lebih tinggi dibandingkan biayanya. Sehingga bisa dikatakan bahwa *perceived value* yang dirasakan konsumen dari *game* eksklusif, dapat meningkatkan keinginan mereka untuk menggunakan teknologi *cloud gaming* Xbox game pass (Alverönn Oresvärd et al., 2021; Gallarza & Saura, 2006; Ilban et al., 2015; Sari & Kusuma, 2014; P. Wang et al., 2021; X. Wang et al., 2022). Berdasarkan uraian di atas, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut :

H6 : *Perceived value* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cara melakukan pengujian dan pembuktian hipotesis melalui pengumpulan data. Pada pendekatan kuantitatif, pengujian teori dilakukan dengan cara mengukur variabel penelitian menggunakan prosedur statistik (Malhotra, 2010). Penelitian ini akan menguji hipotesis yang telah dirumuskan pada model. *Performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition* dan *behavioral intention* akan diukur menggunakan item yang telah disesuaikan dari penelitian Venkatesh dkk. (2012). *Perceived security* akan diukur dengan menggunakan item yang telah disesuaikan dari penelitian Kumar dkk. dan Tomić dkk. (Kumar et al., 2018; Tomić et al., 2022). *Perceived value* akan diukur dengan menggunakan item yang telah disesuaikan dari penelitian Kim dkk. dan Shintaputri & Wuisan (Shintaputri & Wuisan, 2017).

Sampel pada penelitian ini adalah pengguna Xbox Game Pass di Indonesia yang pernah atau sedang memainkan Xbox cloud gaming dengan usia atas 17 tahun. Teknik *sampling* pada penelitian ini menggunakan *purposive* dengan target 120 responden. Data dikumpulkan dengan kuisiner dari google form memakai Skala 1 sampai 7 (Likert). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *multiple regression analysis* dengan menggunakan alat analisis yaitu SPSS VERSI 25.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian telah dilakukan pada 120 responden dan hasil pengisian kuisiner disajikan dalam mean dan standar deviasi. Hasil jawaban responden pada tiap indikator

adalah sebagai berikut: *mean* variabel *performance expectancy* adalah 5,64. *Mean* variabel *effort expectancy* adalah 5,63. *Mean* variabel *social influence* adalah 5,57. *Mean* variabel *facilitating condition* adalah 5,61. *Mean* variabel *perceived security* adalah 5,64. *Mean* variabel *perceived value* adalah 5,68. Setelah itu dilakukan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik hingga dinyatakan valid dan reliabel.

Setelah itu dilakukan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang diusulkan. Kriteria penerimaan hipotesis yang ditetapkan adalah diterima jika nilai signifikan < 0,05 dan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ (1,981). Hasil perhitungannya akan ditampilkan lebih jelas pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis Regresi Berganda

Hipotesis	Pertanyaan Hipotesis	t	Sig	Keterangan
H1	<i>Performance expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>	2,381	0,019	Diterima
H2	<i>Effort expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>	2,196	0,030	Diterima
H3	<i>Social influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>	2,386	0,019	Diterima
H4	<i>Facilitating condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>	2,411	0,018	Diterima
H5	<i>Perceived security</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>	2,297	0,023	Diterima
H6	<i>Perceived value</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>	2,366	0,020	Diterima

Pengaruh *Performance Expectancy* Pada *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H1) dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh positif pada variabel *behavioral intention*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh, dkk (2003) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif pada *behavioral intention*. Seseorang akan cenderung untuk menggunakan teknologi baru ketika mereka percaya bahwa teknologi tersebut mampu meningkatkan performa aktivitas mereka. Peningkatan performa menjadi faktor penting, terutama ketika pengguna menganggap teknologi baru mampu mengatasi kelemahan teknologi yang mereka gunakan sebelumnya. Peningkatan performa yang ditawarkan Xbox cloud gaming ada dalam bentuk fleksibilitas bermain dan efisiensi waktu bermain karena mampu berganti *game* dengan cepat. Selain itu dengan menggunakan Xbox cloud gaming *gamer* tidak perlu perangkat berspesifikasi tinggi, mereka hanya perlu koneksi internet stabil dan dapat memainkan berbagai *game* melalui *smartphone*. Semakin pengguna percaya bahwa Xbox cloud gaming menawarkan berbagai peningkatan performa, maka niat untuk terus menggunakan teknologi tersebut akan tinggi.

Pengaruh *Effort Expectancy* Pada *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H2) dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh positif pada variabel *behavioral intention*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh, dkk (2003) yang menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif pada *behavioral intention*. Ketika sebuah teknologi baru dirasa mudah digunakan maka rasa ketertarikan untuk menggunakan teknologi tersebut pastinya akan meningkat, bahkan ketika mereka tidak familiar sebelumnya (Hamid et al., 2016; Indrawati et al., 2017). Teknologi *cloud gaming*

milik Xbox dirasa dapat memberikan kemudahan dalam pengopersiannya untuk memainkan *game*. Xbox cloud gaming memungkinkan pengguna untuk memainkan *game* tanpa perlu melakukan instalasi yang rumit pada perangkat (Domenico et al., 2021; Indihome, 2022; Sadewo et al., 2019). Untuk dapat memainkan *game* hanya perlu melakukan instalasi aplikasi Xbox game pass atau pun mengaksesnya langsung melalui situs web. Xbox sendiri menggunakan istilah “*pick up and play*” untuk menggambarkan kemudahan penggunaan teknologi *cloud gaming* miliknya (Xbox, 2023). Semakin pengguna percaya bahwa Xbox cloud gaming menawarkan berbagai kemudahan penggunaan, maka niat untuk terus menggunakan teknologi tersebut akan tinggi.

Pengaruh *Social Influence* Pada *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H3) dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* berpengaruh positif pada variabel *behavioral intention*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh, dkk (2003) yang menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh positif pada *behavioral intention*. Penggunaan teknologi seringkali dapat meningkatkan *image* seseorang dalam lingkungan sosialnya, sehingga memotivasi penggunaan sebuah teknologi baru agar menjadi menonjol (Hall & Mansfield, 1975). Selain itu penggunaan teknologi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan dapat menjaga hubungan sosial yang telah terjalin (Marino et al., 2020). Teknologi *cloud gaming* milik Xbox dapat menghubungkan berbagai perangkat untuk memainkan *game* bersama (Xbox, 2023). Banyaknya perangkat yang mendukung Xbox cloud gaming memungkinkan lebih banyak kenalan dalam lingkungan sosial untuk memainkan *game* bersama. Dengan menggunakan teknologi Xbox cloud gaming akan dapat menghubungkan orang yang dekat (teman, kerabat, saudara) untuk menjaga hubungan sosial dengan bermain *game* bersama. Semakin banyak orang di lingkungan sosial individu yang menggunakan teknologi Xbox cloud gaming, semakin tinggi niat untuk terus menggunakannya.

Pengaruh *Facilitating Condition* Pada *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H4) dapat disimpulkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh positif pada variabel *behavioral intention*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh, dkk (2012) yang menyatakan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif pada *behavioral intention*. *Facilitating condition* terdiri dari sumber daya perangkat lunak, perangkat keras, dukungan teknis dan pengetahuan teknologi informasi (Taylor dan Todd, 1995a, 1995b). Semakin meluasnya penyebaran internet dan gencarnya pemerintah mendorong program digitalisasi dengan memanfaatkan jaringan 5G, menciptakan kondisi ideal bagi perkembangan teknologi *cloud* di Indonesia (Kominfo, 2021). Teknologi Xbox cloud gaming yang hanya memerlukan koneksi internet untuk dapat digunakan mendapatkan manfaat yang besar (Shea et al., 2013). Penggunaannya akan mendapatkan fasilitas utama yang mendukung berjalannya teknologi. Karena fasilitas yang dibutuhkan (internet) menjadi lebih murah dan mudah didapatkan maka niat untuk terus menggunakan menjadi lebih tinggi. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Joshua dan Koshy (2011) penelitian konsumen cenderung mengadopsi penggunaan perbankan elektronik, ketika mereka dapat dengan mudah mengakses internet serta komputer (Joshua dan Koshy, 2011).

Pengaruh *Perceived Security* Pada *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H5) dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived security* berpengaruh positif pada variabel *behavioral intention*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Farooq, dkk (2020) yang menyatakan bahwa *perceived security* berpengaruh positif pada *behavioral intention*. Rasa aman yang dirasakan menjadi faktor yang sangat memengaruhi penggunaan sebuah teknologi. Ketika sebuah penyedia layanan menjamin keamanan data dari pengguna maka niat untuk terus menggunakannya juga akan meningkat (Denaputri & Usman, 2019; Farooq et al., 2020). Teknologi *cloud gaming* milik Xbox dirasa dapat memberikan rasa aman pada penggunanya terkait data pribadi. Hal tersebut karena Xbox dimiliki oleh Microsoft yang merupakan salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia. Sehingga pengguna percaya Xbox memiliki keamanan yang tinggi dan mampu meminimalisir penyalahgunaan data oleh orang tidak bertanggung jawab. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil survey yang dilakukan oleh perusahaan *beyond identity* tahun 2022 yang menempatkan Xbox menjadi nomor dua sebagai konsol yang paling sulit untuk diretas (*beyondidentity*, 2022). Rasa aman terhadap data tersebut yang meningkatkan niat untuk terus menggunakan Xbox cloud gaming.

Pengaruh *Effort Expectancy* Pada *Behavioral Intention* Dimoderasi *Experience*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H6) dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived value* berpengaruh positif pada variabel *behavioral intention*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Ilban, dkk (2015) yang menyatakan bahwa *perceived value* berpengaruh positif pada *behavioral intention* dengan objek festival wisata. Selain itu hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Venkatesh (2012) yang menyatakan bahwa *value* yang dirasakan sangat penting dalam memengaruhi keputusan untuk tetap menggunakan teknologi. Pada Xbox cloud gaming terdapat *game* eksklusif yang hanya dapat dimainkan melalui perangkat Xbox. Adanya *game* eksklusif tersebut akan meningkatkan *value* yang dirasakan konsumen. Limitasi tersebut, membuat sebuah *game* seakan menjadi barang yang berharga dan *rare* (X. Wang et al., 2022). Ketika rasa mendapatkan *value* tinggi meningkat, maka niat untuk terus menggunakan juga meningkat. Pernyataan tersebut juga dikonfirmasi oleh pemberitaan bahwa penjualan konsol meningkat bersamaan dengan dikeluarkannya *game* eksklusifnya (Magrino, 2008).

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan setelah melalui berbagai proses pengumpulan literatur dan analisis data, didapatkan kesimpulan penelitian sebagai berikut: Terdapat pengaruh positif antara *performance expectancy* dengan *behavioral intention* penerimaan teknologi Xbox cloud gaming. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna merasa dengan menggunakan Xbox cloud gaming akan dapat meningkatkan performa bermain *game* mereka. Kemudian terdapat pengaruh positif antara *effort expectancy* dengan *behavioral intention* penerimaan teknologi Xbox cloud gaming. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna merasa menggunakan Xbox cloud gaming itu mudah dan tidak perlu usaha keras untuk memelajarinya. Setelah itu terdapat pengaruh positif antara *social influence* dengan *behavioral intention* penerimaan teknologi Xbox cloud gaming. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna merasa saran dari orang yang penting baginya akan membuatnya tetap menggunakan Xbox cloud gaming. Terdapat pengaruh positif antara *facilitating condition* dengan *behavioral intention* penerimaan teknologi Xbox cloud gaming. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna merasa

infrastruktur teknis yang ada disekitar mereka telah mampu menjalankan Xbox cloud gaming dengan baik. Terdapat pengaruh positif antara *perceived security* dengan *behavioral intention* penerimaan teknologi Xbox cloud gaming. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna merasa percaya bahwa Xbox cloud gaming akan mampu untuk menjaga data mereka dari kebocoran dan penyalahgunaan. Terdapat pengaruh positif antara *perceived value* dengan *behavioral intention* penerimaan teknologi Xbox cloud gaming. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna merasa Xbox cloud gaming memberikan *value* yang lebih tinggi dibandingkan biaya dan usaha yang dikeluarkan.

Saran yang dapat penulis usulkan adalah Xbox dapat memperbanyak lokasi sever *cloud gaming* miliknya pada agar dapat menjangkau lebih banyak lokasi di Indonesia. Karena dapat membuat bermain *game* akan menjadi lebih lancar dan stabil. Kemudian Xbox dapat membuat memberikan pilihan bagi pengguna untuk mengatur tampilan aplikasi misalkan dengan memberikan pilihan *simple mode* dan *advance mode*. Xbox dapat menggunakan *influencer* untuk mempromosikan Xbox cloud gaming untuk menarik pengguna dari pengikut *influencer* tersebut.

BILBLOGRAFI

- Abbad, M. M. M. (2021). Using the UTAUT model to understand students' usage of e-learning systems in developing countries. *Education and Information Technologies*, 26(6), 7205–7224. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10573-5>
- Agudo-Peregrina, Á. F., Hernández-García, Á., & Pascual-Miguel, F. J. (2014). Behavioral intention, use behavior and the acceptance of electronic learning systems: Differences between higher education and lifelong learning. *Computers in Human Behavior*, 34, 301–314. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.035>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alraja, M. N. (2016). Efekt Wpływu Społecznego Oraz Warunków Ułatwiających Akceptację E-Administracji Z Punktu Widzenia Indywidualnych Pracowników. *Polish Journal of Management Studies*, 14(2), 18–27. <https://doi.org/10.17512/pjms.2016.14.2.02>
- Alverönn Oresvärd, J., Herkommer, C., & Laine Sandra, S. (2021). *Stay exclusive or go inclusive : Exploring consumers' perception of luxury fashion brands' use of digital channels and disruptive technologies*. (Issue May). Jönköping University.
- Bagozzi, R. P. (2007). The legacy of the technology acceptance model and a proposal for a paradigm shift. *Journal of the Association for Information Systems*, 8(4), 244–254. <https://doi.org/10.17705/1jais.00122>
- Bestari, N. P. (2022). *Wow! Tiga Tahun Lagi Pemain Game di RI Tembus 127 Juta Orang*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220107062906-37-305334/wow-tiga-tahun-lagi-pemain-game-di-ri-tembus-127-juta-orang>
- beyondidentity. (2022). *Getting Hacked Through a Video Game | Beyond Identity*. Beyondidentity.Com. <https://www.beyondidentity.com/blog/getting-hacked-through-video-game>
- Bloomberg. (2022). *Gaming Industry Expected to Double in Value by 2027 - Bloomberg*. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/press-releases/2022-03-21/gaming-industry-expected-to-double-in-value-by-2027>
- Bosser, A. G., & Nakatsu, R. (2006). Hardcore gamers and casual gamers playing online together. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in*

- Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics*), 4161 LNCS, 374–377. https://doi.org/10.1007/11872320_53
- Cai, W., Shea, R., Huang, C. Y., Chen, K. T., Liu, J., Leung, V. C. M., & Hsu, C. H. (2016a). A survey on cloud gaming: Future of computer games. *IEEE Access*, 4, 7605–7620. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2016.2590500>
- Cai, W., Shea, R., Huang, C. Y., Chen, K. T., Liu, J., Leung, V. C. M., & Hsu, C. H. (2016b). A survey on cloud gaming: Future of computer games. *IEEE Access*, 4(February 2019), 7605–7620. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2016.2590500>
- Catherine, G. (2022). *Xbox Cloud Gaming Now Available in Argentina and New Zealand - Xbox Wire*. Xbox.Com. <https://news.xbox.com/en-us/2022/06/09/xbox-cloud-gaming-now-available-in-argentina-and-new-zealand/>
- Chao, C. M. (2019). Factors determining the behavioral intention to use mobile learning: An application and extension of the UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 10(JULY), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>
- Denaputri, A., & Usman, O. (2019). Effect of Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Usefulness and Perceived Ease of use on Customers' Intention to Use Mobile Payment. *SSRN Electronic Journal*, 1. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3511632>
- Domenico, A. Di, Perna, G., Trevisan, M., Vassio, L., & Giordano, D. (2021). A Network Analysis on Cloud Gaming: Stadia, GeForce Now and PSNow. *Network*, 1(3), 247–260. <https://doi.org/10.3390/network1030015>
- Ericaska, R. A., Nelloh, L. A. M., & Pratama, S. (2021). Purchase intention and behavioural use of freemium mobile games during Covid-19 outbreak in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 197(2021), 403–409. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.156>
- Fachrizar, R. (2020). *SkyeGrid dan gameQoo, Pelopor Layanan Cloud Gaming di Indonesia - Semua Halaman - Info Komputer*. Infokomputer.Grid.Id. <https://infokomputer.grid.id/read/122054986/skyegrid-dan-gameqoo-pelopor-layanan-cloud-gaming-di-indonesia?page=all>
- Farooq, A., Ahmad, F., Khadam, N., Lorenz, B., & Isoaho, J. (2020). The impact of perceived security on intention to use e-learning among students. *Proceedings - IEEE 20th International Conference on Advanced Learning Technologies, ICALT 2020*, 360–364. <https://doi.org/10.1109/ICALT49669.2020.00115>
- Fuad, S., Sangen, M., & Albushari, S. A. (2019). Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Dan Perceived Risk Untuk Mengidentifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Online Di Kalimantan. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 6(3), 310. <https://doi.org/10.20527/jwm.v6i3.171>
- Gallarza, M. G., & Saura, I. G. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: An investigation of university students' travel behaviour. *Tourism Management*, 27(3), 437–452. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.12.002>
- Giret, L. (2022). *Microsoft Says More than 20 Million People Have Used Xbox Cloud Gaming - Thurrott.com*. Thurrott. <https://www.thurrott.com/games/275219/microsoft-xbox-cloud-gaming-20-million-users>
- Hall, D. T., & Mansfield, R. (1975). Relationships of age and seniority with career variables of engineers and scientists. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 201–210. <https://doi.org/10.1037/h0076549>
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to

- Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 644–649. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00079-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00079-4)
- Hamrul, H., Soedijono, B., & Amborowati, A. (2013). Analisis Perbandingan Metode TAM dan UTAUT dalam Mengukur Kesuksesan Penerapan Sistem Informasi Akademik (Studi Kasus Penerapan Sistem Informasi STMIK Dipanegara Makassar). *Seminar Nasional Informatika, 2013(semnasIF)*, 140–146.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus): (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2 - A Case Study). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247.
- Ilban, M. O., Kasli, M., & Bezirgan, M. (2015). Effects of destination image and total perceived value on tourists' behavioral intentions: An investigation of domestic festival tourists. *Tourism Analysis*, 20(5), 499–510. <https://doi.org/10.3727/108354215X14411980111370>
- Indihome. (2022, May 11). 5 Kelebihan Cloud Gaming Dibandingkan Game Konvensional | IndiHome. Indihome.Co.Id. <https://indihome.co.id/blog/5-kelebihan-cloud-gaming-dibandingkan-game-konvensional>
- Indrati, A., Minaji, E., Binastuti, S., & Roharjo, P. D. (2011). Comparison of Model Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT) And Technology Acceptance Model (TAM) for Internet Adoption of Credit Union Staff. *The First International Credit Union Conference on Social Microfinance and Community Development*, 1–6.
- Indrawati, Raman, M., & Arianti, M. (2017). *A proposed for measuring instant messenger application adoption among Indoensians and malaysians*.
- Jemmy. (2014). *Leading End-to-End ICT Company in Indonesia*.
- Jiaxin Zhang, J., Luximon, Y., & Song, Y. (2019). The role of consumers' perceived security, perceived control, interface design features, and conscientiousness in continuous use of mobile payment services. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236843>
- Kaonang, G. (2020). *Wawancara Singkat Skyegrid Tentang Kondisi Pasar Cloud Gaming dan Prospeknya*. Hybrid.Co.Id. <https://hybrid.co.id/post/wawancara-skyegrid-tentang-kondisi-pasar-cloud-gaming-dan-prospeknya>
- Keni, K., Tjoe, H., Wilson, N., & Negara, E. S. (2020). *The Effect of Perceived Security, Ease of Use and Perceived Usefulness on Intention to Use Towards Mobile Payment Services in Indonesia*. 478(Ticash), 78–84. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.010>
- Kim, S., Lee, K.-H., Hwang, H., & Yoo, S. (2015). Analysis of the factors influencing healthcare professionals' adoption of mobile electronic medical record (EMR) using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) in a tertiary hospital. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 16(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12911-016-0249-8>
- Kominfo. (2021). *Jaringan 5G Resmi Beroperasi, Transformasi Digital Melesat*. Kominfo.Go.Id. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/34812/jaringan-5g-resmi-beroperasi-transformasi-digital-melesat/0/artikel>
- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2018). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1170–1189. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2017-0077>
- Magrino, T. (2008). *NPD: PS3 sales spike on MGS4 - GameSpot.com*. GameSpot UK.

- <https://archive.ph/20130124151959/http://uk.gamespot.com/ps3/adventure/metalgearsolid4/news.html>
- Marino, C., Canale, N., Vieno, A., Caselli, G., Scacchi, L., & Spada, M. M. (2020). Social anxiety and Internet gaming disorder: The role of motives and metacognitions. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(3), 617–628. <https://doi.org/10.1556/2006.2020.00044>
- Millah, S. (2022). *Hypeabis - Cloud Gaming Punya Potensi Besar di Indonesia, Ini Alasannya*. Hypeabis.Id. <https://hypeabis.id/read/12118/cloud-gaming-punya-potensi-besar-di-indonesia-ini-alasannya>
- Nayak, P., & Sharma, S. K. (2016). Impact of cloud gaming in health care, education, and entertainment services. *Emerging Technologies and Applications for Cloud-Based Gaming, October*, 261–283. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0546-4.ch012>
- Pratama, Kevin R. (2022). *Xbox PC Game Pass Resmi Hadir di Indonesia, Harga Langganan Mulai Rp 15.000*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/04/21/14460047/xbox-pc-game-pass-resmi-hadir-di-indonesia-harga-langganan-mulai-rp-15000>
- Ramírez-Correa, P., Rondán-Cataluña, F. J., Arenas-Gaitán, J., & Martín-Velicia, F. (2019). Analysing the acceptance of online games in mobile devices: An application of UTAUT2. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(May), 85–93. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.04.018>
- Rizkinaswara, L. (2021). *Beri Dukungan, Menkominfo Ingin Industri Game Dalam Negeri Berkembang – Ditjen Aptika*. Menkominfo. <https://aptika.kominfo.go.id/2021/11/beri-dukungan-menkominfo-ingin-industri-game-dalam-negeri-berkembang/>
- Sadewo, B. M., Munadi, R., & Sussi. (2019). Implementasi Dan Analisis Cloud Gaming Pada Layanan Gaas Berbasis Web Browser Menggunakan Metode Virtual Network Computing. *E-Proceeding of Engineering*, 6(1), 784–793.
- Salam, N. R. A., & Ali, S. (2020). Determining Factors of Cloud Computing Adoption: A Study of Indonesian Local Government Employees. *Journal of Accounting and Investment*, 21(2). <https://doi.org/10.18196/jai.2102151>
- Sari, D., & Kusuma, B. (2014). Does Luxury Brand Perception Matter In Purchase Intention? A Comparison Between A Japanese Brand And A German Brand. *ASEAN Marketing Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v6i1.3654>
- Setiawan, R., Eliyana, A., Suryani, T., Gabriel Aristo, E., Anwar, A., & Viqar-un-Nisa Post Graduate College Pakistan, G. (2022). *A Study Of Behavioral Intention: The Practices For Mobile Payment Technology Users In Indonesia*. 19(2), 2022. <http://www.webology.org>
- Shea, R., Liu, J., Ngai, E., & Cui, Y. (2013). Cloud gaming: architecture and performance. *Undefined*, 27(4), 16–21. <https://doi.org/10.1109/MNET.2013.6574660>
- Shin, D. H. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1343–1354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.001>
- Shintaputri, I., & Wuisan, A. J. (2017). The Impact of Perceived Price Towards Perceived Value Through the Mediation of Perceived Quality: A Case of Brand X Smartphone in Indonesian Middle-Class Customers. *IBuss Management*, 5(1), 29–42.
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>

- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537–547. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.537>
- Tomić, N., Kalinić, Z., & Todorović, V. (2022). Using the UTAUT model to analyze user intention to accept electronic payment systems in Serbia. *Portuguese Economic Journal*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s10258-022-00210-5>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wang, P., Kuah, A. T. H., Lu, Q., Wong, C., Thirumaran, K., Adegbite, E., & Kendall, W. (2021). The impact of value perceptions on purchase intention of sustainable luxury brands in China and the UK. *Journal of Brand Management*, 28(3), 325–346. <https://doi.org/10.1057/s41262-020-00228-0>
- Wang, X., Sung, B., & Phau, I. (2022). Examining the influences of perceived exclusivity and perceived rarity on consumers' perception of luxury. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 26(2), 365–382. <https://doi.org/10.1108/JFMM-12-2020-0254>
- Wu, M.-Y., Yu, P.-Y., & Weng, Y.-C. (2012). A Study on User Behavior for I Pass by UTAUT: Using Taiwan's MRT as an Example. *Asia Pacific Management Review*, 17(1), 91–111.
- Xbox. (2023). *Xbox Cloud Gaming (Beta) | Xbox*. Xbox.Com. <https://www.xbox.com/en-US/cloud-gaming>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>

Copyright holder:

Dita Eka Novriana, Moerbono Mochtar (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

