

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KEPUASAN KONSUMEN DAN PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI
MOBILE LEGEND (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
PRIMA INDONESIA MEDAN)**

**Michael Gustandi¹ Jovanka²
Program Studi Manajemen
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

Abstrak

Mobile Legends merupakan permainan yang dikembangkan dan diterbitkan oleh Moonton, sebuah perusahaan asal Shanghai, China, pada tahun 2016. Namun, dengan pesatnya perkembangan industri game online, Mobile Legends menghadapi tantangan dalam mempertahankan jumlah penggunanya. Kemunculan berbagai permainan baru dengan inovasi dan fitur yang lebih menarik, serta perubahan preferensi di kalangan pemain, menyebabkan penurunan jumlah pengguna Mobile Legends seiring waktu. Selain itu, dinamika industri game turut mendorong pergeseran demografi pemain, di mana generasi baru lebih tertarik pada permainan yang mengikuti tren dan teknologi terkini. Berdasarkan hasil observasi, terdapat beberapa faktor yang secara langsung memengaruhi penurunan keputusan penggunaan Mobile Legends, seperti word of mouth, kepuasan konsumen, dan perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan populasi yang terdiri dari mahasiswa yang menggunakan aplikasi Mobile Legends, meskipun jumlah pastinya tidak dapat ditentukan. Oleh karena itu, metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah menggunakan rumus Lemeshow, yang memungkinkan perhitungan jumlah sampel pada populasi yang tidak diketahui dengan pasti. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik sampling yang diterapkan adalah accidental sampling, yaitu pemilihan responden secara acak berdasarkan ketersediaan mereka sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, terdapat pengaruh yang signifikan antara word of mouth terhadap keputusan penggunaan aplikasi Mobile Legends. Selain itu, kepuasan konsumen juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi. Faktor perilaku konsumen turut memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna dalam memilih Mobile Legends. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa secara simultan, faktor word of mouth, kepuasan konsumen, dan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Mobile Legends.

Kata Kunci: Word of Mouth, Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumen, Keputusan Menggunakan