

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya internet, telah mendorong perubahan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri hiburan digital seperti *game online*. Salah satu *game online* yang memiliki popularitas tinggi di Indonesia adalah Mobile Legends: Bang Bang (MLBB), yang didukung oleh jumlah pemain aktif yang besar dan terus berkembang dari waktu ke waktu. Fenomena pembelian item virtual dalam *game online* menjadi salah satu bentuk perilaku konsumen digital yang terus berkembang, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi intensi pembelian pemain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai virtual item (nilai fungsional, nilai sosial, dan nilai emosional) terhadap intensi pembelian item virtual pada pemain *game* Mobile Legends: Bang Bang (MLBB). Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh pemain aktif *game* Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) yang berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan memiliki kecenderungan untuk membeli item virtual di dalam *game* tersebut. Data responden dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis *Google Form* dari 100 responden.

Variabel yang dianalisis mencakup Nilai Fungsional, Nilai Sosial, Nilai Emosional, dan Intensitas Pembelian. Hasil analisis data menunjukkan bahwa Nilai Fungsional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas Pembelian. Sebaliknya, Nilai Sosial dan Nilai Emosional berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan.

Kata kunci: nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, intensitas pembelian

ABSTRACT

Advances in communication technology, particularly the internet, have driven changes in various aspects of life, including the digital entertainment industry such as online gaming. One of the most popular online games in Indonesia is Mobile Legends: Bang Bang (MLBB), which boasts a large and steadily growing number of active players. The phenomenon of purchasing virtual items in online games has become a form of digital consumer behavior that continues to evolve, making it important to understand the factors influencing players' purchase intentions.

This study aims to analyze the influence of the perceived value of virtual items (functional value, social value and emotional value) on the purchase intention of virtual items among Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) players. The study population consists of all active Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) players residing in the Special Region of Yogyakarta (DIY) who tend to purchase virtual items within the game. Respondent data was collected via an online questionnaire using Google Forms from 100 respondents.

The variables analyzed include Functional Value, Social Value, Emotional Value, and Purchase Intention. The results of the data analysis indicate that Functional Value has a positive and significant effect on Purchase Intention. Conversely, Social Value and Emotional Value have a positive effect, but it is not significant.

Keywords: functional value, social value, emotional value, purchase intention