

ABSTRAK

Nama : Raymond Herlindo
Program Studi : Eksekutif Muda 17
Judul : *Modelling Intention to Buy Virtual Goods: MOBA Mobile Game Skin*

Pendapatan dari industri game di tanah air meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Hal ini menjadi tantangan bagi pengembang game untuk meningkatkan pendapatan dan penjualan dari fitur yang ada pada game seperti *skin*. Studi ini meneliti faktor apa yang mempengaruhi pemain game MOBA mobile dalam membeli *skin*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *attitude* dan *social influence* terhadap *intention to purchase game skin*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling purposive* dengan jumlah 205 responden di wilayah Jabodetabek. Alat uji analisis yang digunakan adalah SmartPLS v.3.2.8 dengan metode analisis SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS). Peneliti menemukan bahwa pengaruh signifikan pada niat membeli game *skin* adalah *attitude toward character*, *attitude toward item* dan *social influence*. Studi ini memiliki implikasi bagi para pengembang untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi *gamers* dalam membeli *game skin* agar dapat menentukan strategi yang tepat.

Kata Kunci : *Game, MOBA, Attitude, Social Influence, Skin Item, Game Skin, Intention to purchasse*

ABSTRACT

Nama : Raymond Herlindo
Program Studi : Eksekutif Muda 17
Judul : *Modelling Intention to Buy Virtual Goods: MOBA Mobile Game Skin*

Revenues from the game industry in Indonesia increase significantly every year. This is a challenge for game developers to improve their income and sales of features in games such as skin. This study examines what factors affect mobile MOBA players in buying skins. The purpose of this study is to test and analyze the influence of attitude and social influence on the intention to purchase game skin. The sampling technique used convenience sampling technique with 205 respondents in the Jabodetabek area. The analytical test tool used is SmartPLS v.3.2.8 with SEM analysis method based on Partial Least Square (PLS). The researcher found that a significant effect on the intention to buy a skin game was attitude toward character, attitude toward items and social influence. This study has important implications for developers to find out the variable that influence gamers to buy skin games in order to determine the right strategy.

Keyword : *Game, MOBA, Attitude, Social Influence, Skin Item, Game Skin, Intention to purchasse*