

Analyzing Effects of Enjoyment and Free-Item Experience in FreeFire Mobile Game on the Desire to Buy In-Game Purchases of Gen Y and Gen Z in Jabodetabek = Analisis Pengaruh Enjoyment Dan Free Item Experience Di Freefire Mobile Game Terhadap Keinginan Membeli In-Game Pembelian Gen Y Dan Gen Z Di Jabodetabek

Ikhsan Alviananta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524178&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri game seluler telah muncul sebagai sektor yang menonjol dan dinamis dalam domain teknologi game, menarik banyak perhatian dalam masyarakat kontemporer. Akuisisi barang virtual dan konten dalam game lainnya dengan cepat menjadi bentuk konsumsi online yang dominan bagi para gamer, sekaligus menjadi sumber pendapatan utama bagi penerbit game. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk membeli virtual item pada game mobile FreeFire. FreeFire diprediksi akan menjadi tren game mobile terkemuka di Indonesia pada tahun 2022. Studi ini mengevaluasi dampak motivasi gameplay dan pengalaman item terhadap niat beli. Sebuah survei online dilakukan terhadap game-game mobile terkemuka, dengan fokus pada 203 responden dari Generasi Y (lahir antara 1981-1996) dan Generasi Z (lahir antara 1997-2007) yang pernah atau sedang memainkan game mobile FreeFire dan mengungkapkan keinginan untuk membeli barang dalam game. Data yang terkumpul dari tahap pre-test menjalani penilaian validitas dan reliabilitas menggunakan IBM SPSS Statistics 24. Data uji utama diolah dan dianalisis menggunakan SmartPLS (v. 3.2.9) untuk menjawab pertanyaan penelitian. Temuan studi mengungkapkan bahwa frekuensi bermain, interaksi sosial, dan tahap permainan berpengaruh positif terhadap niat beli. Selain itu, pengalaman pemain dengan item virtual berdampak positif pada niat untuk membeli item tersebut. Di sisi lain, pengalaman mendapatkan item gratis tidak memoderasi dampak frekuensi game, tahapan, dan interaksi sosial terhadap niat membeli. Ini menunjukkan bahwa menawarkan item gratis adalah strategi yang efektif tidak hanya untuk pemula tetapi juga untuk pemain yang terampil. Oleh karena itu, developer game harus mempertimbangkan dengan hati-hati untuk memberikan insentif dan penghargaan kepada pengguna yang membayar untuk pembelian berkelanjutan. Menggambar pada temuan empiris, penelitian ini memberikan implikasi manajerial dan menyarankan arah untuk penelitian masa depan.

.....The mobile gaming industry has emerged as a prominent and dynamic sector within the gaming technology domain, garnering considerable attention in contemporary society. The acquisition of virtual goods and other in-game content has rapidly become the dominant form of online consumption for gamers, while also serving as a major source of revenue for game publishers. This research aims to enhance our understanding of the factors that influence the intention to purchase virtual items in the FreeFire mobile game. FreeFire is predicted to be the leading mobile game trend in Indonesia in 2022. The study evaluates the impact of gameplay motivation and item experience on purchase intention. An online survey was conducted on leading mobile games, focusing on 203 respondents from Generation Y (born between 1981-1996) and Generation Z (born between 1997-2007) who have played or are currently playing the FreeFire mobile game and express a desire to buy in-game goods. The collected data from the pre-test phase underwent validity and reliability assessments using IBM SPSS Statistics 24. The main test data was

processed and analyzed using SmartPLS (v. 3.2.9) to address the research questions. The study findings reveal that playing frequency, social interaction, and game stage positively influence purchase intention. Additionally, the player's experience with virtual items has a positive effect on the intention to purchase those items. On the other hand, the experience of obtaining free items does not moderate the impact of game frequency, stages, and social interactions on purchase intent. This suggests that offering free items is an effective strategy not only for beginners but also for skilled players. Therefore, game developers should carefully consider incentivizing and rewarding paying users for ongoing purchases. Drawing upon the empirical findings, this research provides managerial implications and suggests directions for future research.