

DETERMINANTS OF MICROTRANSACTION IN ONLINE GAMES ON GAMERS

By Rizfan Bahardiansyah Novitriaji

Abstract

The development of online games in the 21st century is becoming increasingly diverse. Moreover, there are online games that are free and easily accessible via phone or smartphone. The many options in the game make players want to buy microtransactions in it, both functionally and emotionally. With the high interest in buying microtransactions, game developers make use of them and make them their source of income from microtransactions. This has great potential to increase state revenue, which is strengthened by increasing user data and the number of users who spend their money on microtransactions. Therefore, this research was conducted with the aim of looking at the influence of the existing factors on the purchase of microtransactions in online games for gamers. The analytical technique used in this study is a continuous analysis technique using Micmac software with the results of the research as follows: 1) the type of existing gacha device and system affects the amount of expenditure for microtransactions, 2) this study classifies several variables that have been broken down from various cluster of variables into four topologies, namely a) determinant variables, namely devices and gacha, b) relay variables, namely compulsive nature, in-game needs, playing intensity, bonuses, persuasive properties, promos and discounts, progress acceleration, social value, functional value, time management, desire to buy, economic value, desire to play, money management, and intensity of use, c) output variables, namely virtual goods, emotional value, impulsive nature, and d) autonomous variables, namely over spent, saving, cost.

Keywords: *Microtransaction, Compulsive Traits, Online Games, Gacha System*

DETERMINAN *MICROTRANSACTION* DALAM *GAME ONLINE* PADA *GAMERS*

Oleh Rizfan Bahardiansyah Novitriaji

Abstrak

Perkembangan *game online* pada abad 21 ini menjadi semakin beragam. Apalagi ditambah adanya *game online* yang bersifat gratis dan mudah diakses melalui telepon atau *smartphone*. Banyaknya opsi dalam permainan membuat pemainnya ingin membeli *microtransaction* di dalamnya, baik itu untuk secara fungsional maupun secara emosional. Dengan tingginya minat akan pembelian *microtransaction* ini yang membuat para pengembang *game* memanfaatkan dan menjadikannya sumber pendapatan mereka dari *microtransaction*. Hal ini menjadi potensi besar untuk menambah pendapatan negara yang diperkuat dengan data pengguna yang semakin besar serta banyaknya pengguna yang membelanjakan uangnya di *microtransaction*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan mempunyai tujuan untuk melihat pengaruh dari faktor-faktor yang ada terhadap pembelian *microtransaction* dalam *game online* pada *gamers*. Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik analisis berkelanjutan dengan menggunakan perangkat lunak *Micmac* dengan hasil penelitiannya adalah sebagai berikut: 1) jenis perangkat dan sistem *gacha* yang ada memengaruhi jumlah pengeluaran untuk *microtransaction*, 2) penelitian ini mengklasifikasikan beberapa variabel yang telah dipecah dari berbagai kluster variabel ke dalam empat topologi yaitu a) variabel *determinant* yaitu perangkat dan *gacha*, b) variabel *relay* yaitu sifat kompulsif, kebutuhan dalam game, intensitas bermain, bonus, sifat persuasif, promo dan diskon, percepatan progres, nilai sosial, nilai fungsional, *time management*, keinginan membeli, nilai ekonomis, keinginan bermain, *money management*, dan intensitas pemakaian, c) variabel output yaitu barang virtual, nilai emosional, sifat impulsif, serta d) variabel *autonomous* yaitu *over spent*, *saving*, biaya.

Kata Kunci: *Microtransaction*, Sifat Kompulsif, *Game Online*, Sistem *Gacha*