

INTISARI

Saat ini, model bisnis *Freemium* merupakan model bisnis yang populer untuk game online. Model tersebut bertujuan untuk menarik sejumlah besar pengguna melalui game yang dapat diunduh gratis, yang kemudian akan diubah menjadi pelanggan melalui penjualan barang digital. Karena konsumsi barang digital menjadi sumber pendapatan utama untuk studio game, penting bagi mereka untuk menciptakan permintaan atas produk digital yang mereka jual. Walaupun penelitian sebelumnya seputar game online telah berhasil memetakan beberapa faktor yang mempengaruhi niat beli barang virtual, penelitian tentang niat beli yang berasal dari desain game masih langka. Selanjutnya, penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan game freemium masih langka meskipun relevansinya terhadap kesuksesan jangka panjang sudah berhasil dipetakan oleh riset dalam bisnis berbasis aplikasi lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap alasan di balik niat membeli dan niat penggunaan game online dalam model bisnis *Freemium* dengan mengimplementasikan model *PERVAL*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model Freemium dapat membantu proses penjualan konten digital karena memiliki kemampuan untuk menciptakan permintaan atas konten tersebut. Hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan oleh pengembang game untuk membantu membuat desain yang lebih baik untuk game *freemium* mereka. Selain itu, hasilnya juga dapat digunakan oleh pemasar untuk membuat kampanye pemasaran judul dan *genre* game tertentu, khususnya di Indonesia dimana minat terhadap game online terus meningkat sejak pandemi *Covid-19*. Akhirnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat dalam mempelajari model bisnis freemium secara lebih dalam.

ABSTRACT

Freemium is currently the de-facto business model for online games. The model aims to attract a large number of users through its free-to-download games, which then will be converted into paying customers through the sales of digital items. As the consumption of digital items became the main source of revenue for game studios, it is important for them to create demand for digital products. While previous research surrounding online games has mapped several factors that affect purchase intention of virtual goods, research regarding purchase intention that stems from game design are still scarce. Furthermore, research regarding factors that affect the continued usage of freemium games are still scarce, despite its confirmed relevance to long-term success within other application-based business. Therefore, this research aims to uncover the reason behind purchase intention and continued use intention of players within freemium based game design by implementing PERVAL model. Research findings suggest that the Freemium model can be a great demand-creating mechanism to help generate sales of digital content. The result of this research can be used by game developers to help create a better design for their freemium games. In addition, the result can also be used by marketers to create a marketing campaign for specific game titles, especially in Indonesia where interest in online games have increased ever since Covid-19 . Finally, this research can be used as a reference for future researchers interested in studying the freemium business model.