UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Motivasi Pengguna Roblox dalam Melakukan Pembelian Barang Virtual Premium Menggunakan Robux
Zheilda Eirizca Suyitno, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi motivasi pembelian barang premium menggunakan Robux pada platform Roblox serta membandingkan pola motivasi pada tiga kelompok demografis, yaitu pelajar SMA/SMK, mahasiswa, dan pekerja. Pendekatan kualitatif eksploratif-komparatif digunakan melalui wawancara semiterstruktur terhadap 21 informan yang dipilih secara *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan kerangka kerja Gioia. Terdapat dua kerangka teori difungsikan sebagai konsep pengarah, yaitu teori penentuan diri (*self-determination theory*) dari Ryan dan Deci (2000) dan teori persepsi nilai (*perceived valu*e) dari Sweeney dan Soutar (2001). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan pemeriksaan anggota. Hasil penelitian menunjukkan motivasi pembelian barang premium bersifat multidimensional. Seluruh dimensi dari teori persepsi nilai ditemukan pada ketiga kelompok dengan nilai emosional sebagai dimensi paling dominan. Ketiga kebutuhan psikologis dalam teori penentuan diri juga hadir pada seluruh kelompok namun termanifestasi secara kualitatif berbeda sesuai tahap perkembangan psikososial masing-masing. Pola motivasi berbeda secara sistematis antarkelompok, di mana pelajar SMA/SMK didominasi tekanan konformitas sosial, mahasiswa menunjukkan heterogenitas motivasi yang mencerminkan fase masa dewasa awal, dan pekerja ditandai oleh otonomi keuangan yang lebih matang. Selain itu, ditemukan lima tema organik yang melampaui kedua kerangka utama, yaitu perpanjangan identitas dunia nyata ke avatar digital, avatar sebagai ruang eksplorasi identitas masa depan, pembelian tersembunyi dari pengawasan orang tua, hubungan romantis sebagai pendorong utama konsumsi, dan bermain sebagai mekanisme pemulihan dari tekanan kerja.

Kata Kunci: Barang Premium, Motivasi Pembelian, Teori Penentuan Diri, Teori Persepsi Nilai, Ekonomi Virtual, Perilaku Konsumen Digital, Roblox.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Motivasi Pengguna Roblox dalam Melakukan Pembelian Barang Virtual Premium Menggunakan Robux
Zheilda Eirizca Suyitno, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to identify the motivations underlying premium item purchases using Robux on the Roblox platform and to compare motivational patterns across three demographic groups, namely senior high school students, university students, and working adults. An exploratory-comparative qualitative design was employed through semi structured interviews with 21 purposively sampling selected informants, analyzed using the Gioia methodology. Two theoretical frameworks were operationalized as sensitizing concepts, namely Self-Determination Theory (SDT; Ryan & Deci, 2000) and the Perceived Value framework (Sweeney & Soutar, 2001). Trustworthiness was established through source triangulation and member checking. The findings indicate that motivations for premium item purchases are multidimensional. All four Perceived Value dimensions were identified across all groups, with emotional value as the most dominant. All three Self-determination theory psychological needs were present across groups yet manifested qualitatively differently according to each group's stage of psychosocial development. Motivational patterns differed systematically, with senior high school students driven primarily by social conformity pressures, university students displaying heterogeneous motivations reflective of the emerging adulthood phase, and working adults characterized by greater financial autonomy. Five organically emergent themes were also identified beyond the two primary frameworks, namely the extension of real-world identity into digital avatars, the avatar as a space for future identity exploration, concealed purchases outside parental oversight, romantic relationships as a primary consumption driver, and gaming as a restorative mechanism from occupational stress.

Keywords: *Premium Items, Purchase Motivation, Self-Determination Theory, Perceived Value, Virtual Economy, Digital Consumer Behavior, Roblox.*