

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara ke-16 dengan potensi bisnis *game* terbesar dari 100 negara dan potensi bisnis *game* yang lebih menarik dibandingkan negara lain di Asia Tenggara (Newzoo, 2017). Salah satu *game* dengan jumlah pemain terbanyak yaitu Dota 2. *Game* dengan jenis *free-to-play* seperti Dota 2 sangat bergantung pada pembelian *item* di dalam *game*. Berdasarkan data dari Steam, jumlah pemain Dota 2 terus mengalami penurunan, sehingga dapat berdampak serius pada pendapatan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh identifikasi karakter, nilai kesenangan, nilai kompetensi karakter, nilai otoritas visual, nilai uang dan kepuasan pada permainan Dota 2 di Yogyakarta. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor mana yang mempengaruhi niat beli ulang *gamer* sehingga pengembang dapat melakukan pendekatan yang lebih baik kepada *gamer*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 123 responden yang pernah melakukan pembelian *game item* dalam kurun waktu 6 bulan terakhir dan berdomisili di Yogyakarta. Data responden dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan alat analisis SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kesenangan, nilai uang dan kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli ulang *game item* pada permainan Dota 2 di Yogyakarta.

Kata kunci: Identifikasi karakter, nilai kesenangan, nilai kompetensi karakter, nilai otoritas visual, nilai uang, kepuasan, niat beli ulang, Dota 2

ABSTRACT

Indonesia is the 16th country with the biggest potential for gaming business from 100 countries and be more attractive gaming business potential than other countries in Southeast Asia (Newzoo, 2017). One game with the most number of players is Dota 2. Games with free-to-play types like Dota 2 are very dependent on purchasing in-game items. Based on data from Steam, the number of Dota 2 players continues to decline, so that it can have a serious impact on company revenues.

This study aims to analyze the influence of character identification, the enjoyment value, character competence value, visual authority value, monetary value and satisfaction in the Dota 2 game in Yogyakarta. This is done to find out which factors influence the intention to repurchase gamers so that developers can take a better approach to gamers. The sample used in this study amounted to 123 respondents who had purchased game items in the last 6 months and were domiciled in Yogyakarta. Respondent data were analyzed using multiple linear regression with SPSS analysis tools.

The results showed that the enjoyment value, monetary value and satisfaction significantly influence the intention to repurchase game items in the Dota 2 in Yogyakarta.

Keywords: Character identification, enjoyment value, character competency value, visual authority value, monetary value, satisfaction, repurchase intention, Dota 2