

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era modernisasi telah membawa perubahan besar bagi teknologi di dunia, sehingga perkembangan yang terjadi pada teknologi di dunia dapat dikatakan cukup pesat, salah satu bukti perkembangan teknologi tersebut adalah kemunculan *game online*. Menurut Fitra Rahim dalam M.Darwis et al., (2020) *game online* ialah penggabungan dari dua kata yang berasal dari Bahasa Inggris yakni *game* dan *online*. *Game* sendiri diartikan sebagai permainan dan *online* diartikan sebagai daring atau dalam jaringan, sehingga apabila kedua makna tersebut digabungkan, maka pengertian *game online* secara umum ialah salah satu jenis permainan yang didukung oleh adanya teknologi internet, sehingga permainan ini dapat dimainkan oleh banyak orang. *Game online* juga dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk bukti dari terjadinya perkembangan teknologi di era modern sebagai media permainan yang dapat diakses oleh banyak orang sebagai pengguna dengan difasilitasi atau didukung dengan menggunakan teknologi internet. Peralatan yang digunakan untuk bermain *game online* biasanya adalah *handphone* atau *smartphone*, namun setiap orang juga bisa menggunakan komputer sebagai peralatan untuk mendukung aktivitas bermain. Bermain *game online* saat ini dijadikan sebagai gaya hidup baru bagi kalangan anak muda untuk menambah jaringan sosial serta untuk hiburan di waktu luang. Di Indonesia sendiri memiliki beragam jenis *game online* salah satunya ialah *game* atau permainan dengan jenis MOBA atau *Multiplayer Online Battle Arena*.

Dalam sejarah dan perkembangannya, *game online* merupakan hasil pengembangan permainan komputer yang dilakukan oleh industri akademik militer yang pada saat itu juga melahirkan atau menciptakan teknologi internet, karena pada waktu itu *game online* masih dikenal sebagai permainan komputer yang dapat dimainkan tanpa menggunakan teknologi internet. Kemudian, perkembangan *game online* itu sendiri tidak bisa lepas dari yang namanya perkembangan teknologi komputer dan perkembangan jaringan komputer. Selanjutnya, perkembangan *game online* itu sendiri juga tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan teknologi komputer dan jaringan komputer, karena *game*

online sendiri merupakan suatu bentuk dari pesatnya pertumbuhan dan perkembangan yang terjadi pada jaringan komputer. Pada tahun 1969, teknologi komputer hanya dapat digunakan oleh 2 orang untuk bermain *game*, sehingga pada akhirnya diluncurkan komputer dengan kemampuan *time-sharing* sehingga teknologi komputer tersebut dapat digunakan oleh banyak orang untuk bermain dan tidak harus berada di dalam suatu ruangan yang sama (Jessica Mulligan dalam Febriany, 2022). Seiring berjalannya waktu, terjadi perkembangan yang pesat terhadap teknologi informasi yakni munculnya teknologi informasi terbaru yang disebut dengan telepon genggam. Teknologi informasi berupa telepon genggam ini juga dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang cukup pesat dan membuat telepon genggam tersebut semakin modern. Perkembangan telepon genggam yang semakin modern ini dapat dilihat dari fitur-fitur yang ada, misalnya sebelum adanya fasilitas internet telepon genggam hanya dapat digunakan untuk mengirim pesan dan melakukan panggilan, namun setelah ditemukannya teknologi internet telepon genggam bisa menjadi teknologi yang serba bisa, misalnya untuk bermain *game*. Teknologi informasi berupa telepon genggam ini kemudian juga mengalami perkembangan yang cukup pesat sehingga muncul teknologi *smartphone*. Teknologi *smartphone* tersebut merupakan teknologi telepon genggam yang hingga saat ini paling banyak penggunaannya dan paling sering digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, karena memang fitur-fitur yang ada di dalam *smartphone* sudah sangat modern dan sudah sangat mumpuni untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari khususnya untuk bermain *game*. Sistem operasi yang terdapat dalam *smartphone* untuk mendukung kinerja *smartphone* itu sendiri memiliki jenis yang berbeda-beda dalam setiap jenis *smartphone* seperti android yang terdapat pada produk Samsung dan IOS Apple yang terdapat pada iphone. Sistem operasi tersebut juga menjadi teknologi pada *smartphone* yang membantu menyediakan fitur-fitur aplikasi yang dapat dimainkan dalam *smartphone* contohnya adalah *mobile game*. *Mobile game* merupakan permainan yang dapat dimainkan dengan menggunakan perangkat *portable*, termasuk *smartphone* dan tablet (Richardson dalam Febriany, 2022). *Game* sendiri merupakan salah satu fitur modern dalam dunia teknologi informasi yang paling dilirik oleh pengguna *smartphone*, yang mana pengguna *smartphone* mengunduh permainan

dalam *smartphone* untuk menghilangkan rasa bosan di waktu luang dan juga biasanya para pengguna *smartphone* mengunduh permainan dalam *smartphone* karena mereka memiliki hobi sebagai pemain game atau *gamer*.

Di Indonesia sendiri terdapat *game online* yang hingga saat ini masih cukup populer di kalangan anak muda dan juga rata-rata peminat atau pengguna dari permainan tersebut adalah anak-anak muda yang berjenis kelamin laki-laki. *Game* tersebut adalah Mobile Legends: Bang-Bang. Mobile Legends: Bang-Bang ialah satu jenis *game online* yang memiliki jenis atau genre permainan yaitu MOBA atau *Multiplayer Online Battle Arena*. MOBA sendiri merupakan salah satu jenis *game online* yang proses bermainnya lebih mengutamakan strategi yang dibentuk oleh tim, artinya adalah proses bermain yang dilakukan dalam permainan tersebut pemain lebih mengutamakan strategi dan kerja sama yang dibentuk atau dibangun bersama dengan pemain lainnya dalam tim yang menjadi wadah bagi pemain untuk bermain bersama, sehingga dengan adanya strategi dan kerja sama yang telah dibentuk atau dibangun dalam tim, mereka bisa memperoleh hasil permainan yang cukup memuaskan. Selain itu jumlah pemain dalam permainan berjenis MOBA tersebut biasanya terdiri dari 10- 20 orang. Apabila dalam permainan Mobile Legends: Bang-Bang, maka jumlah pemain dalam satu tim ialah 5 orang, artinya adalah karena sistem permainan dalam permainan Mobile Legends tersebut adalah 5 vs 5 maka total jumlah pemain adalah 10 orang.

Di dalam permainan Mobile Legends: Bang-Bang terdapat fitur *online store*, yang mana di dalam *online store* tersebut, para pemain bisa melakukan pembelian terhadap beberapa *virtual items* dalam permainan Mobile Legends, seperti *hero* atau *game character*, *skin*, dan senjata yang dapat dibeli pada saat permainan berlangsung. Hingga saat ini, pembelian terhadap beberapa *virtual items* dalam permainan Mobile Legends masih menjadi kebiasaan yang sangat sering dilakukan oleh sebagian besar pemain Mobile Legends pada saat bermain *game* Mobile Legends, terutama pemain- pemain yang sudah memiliki komunitas atau pemain-pemain yang sudah bergabung dalam suatu komunitas yang berhubungan dengan Mobile Legends dan peneliti memilih topik pertimbangan pembelian *virtual items* pada permainan Mobile Legends karena *virtual items* merupakan komponen penting dalam *game online* dan juga merupakan suatu

barang di dalam dunia virtual yang dianggap sebagai suatu barang yang sangat berharga dan sangat bernilai bagi sebagian besar pemain *game online* khususnya *game* Mobile Legends, sehingga banyak pemain *game online* yang kemudian memiliki berbagai pertimbangan untuk membeli *virtual items*.

Sesuai dengan topik penelitian yang diangkat oleh peneliti, maka peneliti memilih komunitas BLASS Mobile Legends Squad sebagai subjek penelitian. BLASS Mobile Legends Squad merupakan salah satu komunitas mobile legend di Kota Yogyakarta yang memiliki jumlah anggota sebanyak enam orang. Peneliti memilih komunitas tersebut karena anggota di dalam komunitas BLASS Mobile Legends Squad sering melakukan pembelian terhadap *virtual items* pada permainan Mobile Legends pada saat bermain Mobile Legends.

B. Rumusan Masalah

Apa saja pertimbangan pemain Mobile Legends, khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad berdasarkan nilai konsumsi dalam membeli *virtual items* pada *game* Mobile Legend?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan pertimbangan pemain Mobile Legends, khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad berdasarkan nilai konsumsi dalam membeli *virtual items* pada *game* Mobile Legends.

D. Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti perlu melakukan tinjauan terhadap beberapa literatur penelitian terdahulu secara mendalam untuk membandingkan persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Berikut ini beberapa judul literatur yang diperoleh peneliti dalam meninjau literatur penelitian terdahulu, yang mana literatur yang ditinjau peneliti memiliki fokus pembahasan yang mengarah kepada penelitian yang akan dilakukan:

Pertama, jurnal Defreia Miriam Destianti & Irwansyah (2020) yang berjudul *Game User Experience: Motivasi dalam Membeli Barang Virtual Pada Game*. Dalam penelitian Defreia Miriam Destianti & Irwansyah pada jurnal yang berjudul *Game User Experience: Motivasi dalam Membeli Barang Virtual Pada Game*, telah dibahas mengenai motivasi yang dimiliki oleh para pemain *game online* khususnya pemain aktif *game* yang berjenis MMORPG seperti World of

Warcraft, Final Fantasy 14 Online, MapleStory, Phantasy Star Online, Ragnarok Online, dan Tree of Savior dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items* pada *game* berdasarkan *Game User Experience*. Temuan dari penelitian ini yaitu konsep yang digunakan pada penelitian ini adalah konsep *user experience* untuk melihat motivasi yang menjadi alasan para pemain *game online* khususnya pemain *game* MMORPG untuk membeli *virtual items*, sehingga mereka memiliki keinginan untuk membeli *virtual items* pada *game*. Artinya penelitian ini menggambarkan bahwa pengalaman pengguna *game online* sangat mempengaruhi munculnya motivasi yang menjadi alasan bagi para pemain agar mereka memiliki keinginan untuk membeli *virtual items*, sehingga *user experience* atau pengalaman pengguna dalam sebuah *game* dapat dikatakan sebagai aspek paling penting pada sebuah permainan.

Berbeda dari penelitian di atas, penelitian dalam ini tidak menggunakan konsep *user experience* sebagai konsep untuk mengkaji alasan pemain melakukan pembelian terhadap *virtual items* melainkan menggunakan konsep pertimbangan pemain berdasarkan nilai konsumsi yang akan dilihat dari sudut pandang para anggota komunitas BLASS Mobile Legend Squad. Selain itu, dalam proposal ini permainan yang digunakan sebagai objek penelitian hanya akan berfokus pada satu *game* saja yaitu Mobile Legends: Bang-Bang yang termasuk dalam permainan berjenis MOBA.

Kedua, jurnal Fadhilah Diva Oktaviansyah & Ririn Puspita Tutiasri (2023) yang berjudul Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Virtual Items pada Game Online Mobile Legends: Bang Bang. Dalam penelitian Fadhilah Diva Oktaviansyah & Ririn Puspita Tutiasri yang tertuang pada jurnal yang berjudul Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Virtual Items pada Game Online Mobile Legends: Bang Bang, telah dibahas mengenai pertimbangan yang menjadi alasan seseorang untuk membuat keputusan konsumen dalam melakukan pembelian *virtual items* pada *game online*. Temuan penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan konsep nilai konsumsi untuk meneliti pertimbangan-pertimbangan yang dimiliki oleh pemain mobile legend khususnya delapan siswa SMP di Surabaya yang berusia 13-14 tahun sebagai konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terhadap *virtual items* pada permainan mobile legend.

Terdapat pula penelitian terdahulu yang telah membahas mengenai teori nilai konsumsi yang mempengaruhi adanya pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian *virtual items* yang dimiliki oleh pemain *game online* sebagai konsumen salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Wu (dalam Fadhilah Diva & Ririn Puspita, 2023) yang berjudul

Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods in Online Games. Penelitian dilakukan oleh Ho dan Wu (dalam Fadhilah Diva & Ririn Puspita, 2023) dengan penelitian yang berjudul *Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods In Online Games*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wu dan Hu (dalam Fadhilah Diva & Ririn Puspita, 2023) yang berjudul *Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods In Online Games* dikemukakan bahwa di dalam teori nilai konsumsi, seseorang yang bermain *game online* akan mempertimbangkan keputusan mereka untuk melakukan pembelian terhadap *virtual items*, apabila mereka dipengaruhi oleh adanya empat nilai dalam teori nilai konsumsi yaitu nilai fungsional, nilai emosional, nilai sosial, dan nilai kepuasan dalam bermain *game online*. Berbeda dari penelitian di atas, dalam proposal penelitian ini peneliti ingin meneliti pertimbangan para anggota BLASS Mobile Legends Squad sebagai subjek penelitian dengan menggunakan konsep yang sama dengan penelitian di atas sehingga mereka dapat membuat keputusan untuk membeli *virtual items* pada Mobile Legends. Kemudian, dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta, lebih tepatnya di Warmindo Andeska yang merupakan tempat berkumpulnya para anggota BLASS Mobile Legends Squad.

Ketiga, jurnal Ryan Randy Suryono & Apol Pribadi Subriadi (2016) yang berjudul *Perilaku Pemain Game Online Terhadap Pembelian Virtual Item*. Dalam penelitian Ryan Randy Suryono & Apol Pribadi Subriadi yang tertuang dalam jurnal yang berjudul *Perilaku Pemain Game Online Terhadap Pembelian Virtual Item*, telah dibahas mengenai tipologi pemain berdasarkan motivasi yang menjadi pengaruh terhadap perilaku pemain *game online* untuk membeli *virtual items*. Temuan pada penelitian ini adalah niat beli pemain terhadap *virtual items* dipengaruhi oleh tipologi pemain berdasarkan komponen motivasi. Tipologi pemain tersebut kemudian dibedakan menjadi 3 kelompok tipologi pemain dalam melakukan pembelian *virtual items* yaitu *achievement*, *sociality*, dan *Immersion*.

Lalu, pada penelitian yang dilakukan oleh Ryan Randy Suryono & Apol Pribadi Subriadi ditemukan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa niat beli pemain terhadap *virtual items* juga dipengaruhi oleh adanya nilai fungsional dari *virtual items* yang dibeli.

Berbeda dari penelitian di atas, dalam proposal penelitian ini konsep yang digunakan oleh peneliti yaitu konsep nilai konsumsi. Selain itu, *game* yang digunakan oleh peneliti sebagai obyek penelitian dalam penelitian ini juga berbeda dengan penelitian sebelumnya, yang mana pada penelitian sebelumnya *game* yang menjadi topik penelitian adalah Ragnarok Online Indonesia, sedangkan pada penelitian kali ini *game* yang dipilih sebagai topik penelitian adalah Mobile Legends: Bang-Bang.

Keempat, jurnal I Made Chandra Mandira & I Dewa Gede Wahyu Dharma Suputra (2023) yang berjudul Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Game Online Valorant. Dalam penelitian yang dilakukan oleh I Made Chandra Mandira & I Dewa Gede Wahyu Dharma Suputra dengan judul <Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Game Online Valorant telah membahas mengenai faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi munculnya keputusan pembelian *virtual item* pada *game online* Valorant yang dilakukan oleh enam orang pengguna *game online* Valorant di Kota Denpasar. Pada penelitian ini telah didapatkan temuan konsep perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong. Menurut teori yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (dalam I Made Chandra & I Dewa Gede Wahyu, 2023) perilaku konsumen yang mempengaruhi munculnya keputusan pembelian *virtual item* pada *game online* Valorant mencakup lima elemen yang terkandung dalam konsep perilaku konsumen. Kelima elemen tersebut adalah usia, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan kelompok acuan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam proposal penelitian ini konsep yang digunakan adalah konsep nilai konsumsi yang dikemukakan oleh Ho & Wu (dalam Fadhilah Diva & Ririn Puspita, 2023). Kemudian, lokasi penelitian dalam penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta, yang mana pada penelitian sebelumnya dilakukan di Kota Denpasar. Permainan yang dipilih juga berbeda,

yang mana pada penelitian sebelumnya permainan yang diangkat menjadi topik penelitian adalah Valorant, sedangkan dalam penelitian ini permainan yang diangkat menjadi topik penelitian adalah Mobile Legends dan informan yang dipilih dalam penelitian ini merupakan anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad yang berdomisili di Kota Yogyakarta.

E. Kerangka Konsep

a. Game Online

Menurut Fitra Rahim dalam M.Darwis et al., (2020) *Game online* ialah penggabungan dari dua kata yang berasal dari bahasa Inggris yakni *game* dan *online*. *Game* sendiri diartikan sebagai permainan dan *online* diartikan sebagai daring atau dalam jaringan, sehingga apabila kedua makna tersebut digabungkan, maka pengertian *game online* secara umum ialah salah satu jenis permainan yang didukung oleh adanya teknologi internet, sehingga permainan ini dapat dimainkan oleh banyak orang. *Game online* juga dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk bukti dari terjadinya perkembangan teknologi di era modernisasi sebagai media permainan yang dapat diakses oleh banyak orang sebagai pengguna dengan difasilitasi atau didukung dengan menggunakan teknologi internet.

Di Indonesia sendiri terdapat *game online* yang hingga saat ini masih cukup populer dikalangan anak muda dan juga rata-rata peminat atau pengguna dari permainan tersebut adalah anak-anak muda yang berjenis kelamin laki-laki. *Game* tersebut adalah Mobile Legends: Bang-Bang. Mobile Legends: Bang-Bang ialah satu jenis *game online* yang memiliki jenis atau genre permainan yaitu MOBA atau *Multiplayer Online Battle Arena*. MOBA sendiri merupakan salah satu jenis *game online* yang proses bermainnya lebih mengutamakan strategi yang dibentuk oleh tim, artinya adalah proses bermain yang dilakukan dalam permainan tersebut pemain lebih mengutamakan strategi dan kerja sama yang dibentuk atau dibangun bersama dengan pemain lainnya dalam tim yang menjadi wadah bagi pemain untuk bermain bersama, sehingga dengan adanya strategi dan kerja sama yang telah dibentuk atau dibangun dalam tim, mereka bisa memperoleh hasil permainan yang cukup memuaskan. Selain itu jumlah pemain dalam permainan berjenis MOBA tersebut biasanya terdiri dari 10-20 orang. Apabila dalam permainan Mobile Legends: Bang-Bang, maka jumlah pemain dalam satu tim ialah 5 orang, artinya

adalah karena sistem permainan dalam permainan mobile legends tersebut adalah 5 vs 5 maka total jumlah pemain adalah 10 orang.

b. Virtual Items

Virtual items atau barang virtual dalam suatu *game online* merupakan barang atau benda yang dapat diperoleh oleh pemain dengan melakukan pembelian secara digital dan sistem atau cara pembelian tersebut dilakukan dengan menukarkan uang asli dengan mata uang yang terdapat pada *game* yang dimainkan. Menurut Lehdonvirta (dalam Defreia Miriam Destianti & Irwansyah, 2020), barang virtual dapat dipahami sebagai objek yang dapat berupa karakter, *item*, mata uang, token atau koin dan *diamond* yang terdapat pada berbagai *game*, yang mana objek-objek tersebut dibuat secara virtual atau dibuat ke dalam bentuk digital untuk memenuhi kebutuhan para pemain ketika saat melakukan permainan. Setiap pemain tentu memiliki tujuan atau alasan yang berbeda-beda untuk mendorong pemain untuk melakukan pembelian *virtual items*, seperti misalnya pemain tersebut membeli *virtual items* untuk meng-*upgrade skill* hero yang dimainkan atau bisa juga pemain tersebut membeli *virtual items* hanya untuk menambah koleksi pada *game*. Kemudian, menurut Lin & Sun (dalam Pratiwi, 2015) terdapat dua jenis atau dua kategori *virtual items* berdasarkan sifatnya yang dapat dibeli oleh pemain ketika bermain *game online* yakni *functional virtual items* dan *decorative virtual items*. *Functional virtual items* merupakan jenis barang virtual yang berkaitan dengan kegunaan atau fungsi dari barang virtual itu sendiri, contohnya *hero* atau *game character*, *equipment*, *emblem pack*, *change name card*, *squad change name card*. Kemudian *decorative virtual items* adalah jenis barang virtual yang berkaitan dengan tampilan pada *items*, contohnya *skin hero*, *national flag*, bingkai avatar.

c. Pertimbangan Pembelian Berdasarkan Nilai Konsumsi

Dalam melakukan pembelian terhadap barang atau produk dalam *game*, setiap pemain tentunya memiliki alasan-alasan yang menjadi pertimbangan mereka untuk membeli barang atau produk dalam *game*, khususnya pada *game mobile legend*. Alasan-alasan yang menjadi pertimbangan setiap pemain untuk membeli barang atau produk tersebut dapat dibedakan atau dikelompokkan berdasarkan nilai-nilai konsumsi yang ada. Dalam penelitian yang dilakukan oleh

Ho dan Wu (dalam Fadhilah Diva & Ririn Puspita, 2023) yang berjudul *Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods in Online Games*, terdapat empat nilai konsumsi yang mempengaruhi adanya tindakan pembuatan dan pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh setiap pemain *game online* untuk membeli *virtual items* pada *game*. Keempat nilai konsumsi tersebut adalah nilai fungsional, nilai emosional, nilai sosial dan nilai kepuasan. Selanjutnya, keempat nilai konsumsi tersebut akan dijelaskan secara rinci mengenai bentuk-bentuk alasan yang menjadi pertimbangan pemain dalam melakukan pembelian *virtual items* berdasarkan nilai konsumsinya. Berikut ini penjabaran mengenai bentuk-bentuk alasan yang menjadi pertimbangan pemain untuk membeli *virtual items* pada setiap nilai konsumsi:

1. Nilai Fungsional

Dalam teori nilai konsumsi, seseorang memiliki alasan-alasan sebagai pertimbangan untuk mengambil dan membuat keputusan dalam membeli *virtual items* karena *virtual items* tersebut memiliki nilai fungsional. Nilai fungsional dapat diartikan sebagai nilai dalam teori nilai konsumsi yang menjadi pendorong utama seseorang untuk memilih dan membeli *virtual items* berdasarkan nilai-nilai praktis dan kegunaan dari *virtual items* itu sendiri. Kemudian, nilai fungsional dalam penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Wu (dalam Nugroho Wijaya & Turipanam Alamanda, 2016) dapat diartikan sebagai nilai dalam teori nilai konsumsi yang didasari oleh dua faktor, yakni faktor *price utility* dan faktor *quality*. Menurut Afifudin (2022) faktor *price utility* atau utilitas harga merupakan faktor nilai fungsional dalam teori nilai konsumsi yang berhubungan dengan adanya penawaran yang menarik terhadap suatu produk atau barang yang ditawarkan kepada konsumen dengan harga yang masih sangat mudah untuk dijangkau, sedangkan menurut Afifudin (2022) yang dimaksud dengan faktor *quality* atau kualitas merupakan faktor nilai fungsional dalam teori nilai konsumsi yang berhubungan dengan kualitas dan kompetensi yang dimiliki oleh masing-masing *virtual items*. Biasanya kualitas dan kompetensi yang dimiliki oleh masing-masing *virtual items* ini dapat dilihat dari spesifikasi yang telah tertera pada masing-masing *virtual items*, sehingga konsumen yang akan membeli *virtual items* bisa membaca atau melihat terlebih dahulu spesifikasi pada masing-

masing *virtual items* yang akan dibeli. Kedua faktor tersebut tentu sangat mempengaruhi seseorang sebagai pemain *game online* untuk membuat dan mengambil keputusan dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items*, karena harga dan kualitas barang sangat berpengaruh terhadap kebutuhan seseorang sebagai pemain *game online*, sehingga banyak pemain yang ketika ingin membeli *virtual items* mereka sangat memperhatikan harga serta kualitas yang dimiliki oleh *virtual items* dalam *game* dan mereka juga biasanya membeli dengan menyesuaikan kebutuhan mereka sebagai pemain *game online*.

2. Nilai Sosial

Dalam menentukan keputusan pembelian terhadap *virtual items* pada *game*, seseorang yang membeli *virtual items* tentunya didasari oleh alasan-alasan sebagai pertimbangan mereka untuk membeli *virtual items*, yang mana alasan-alasan tersebut berhubungan dengan nilai sosial. Nilai sosial dalam nilai teori konsumsi dapat diartikan sebagai salah satu nilai yang dapat dirasakan oleh seseorang dari adanya hubungan lingkungan sosial sekitar seperti budaya, demografis, etnis, dan lain-lain. Menurut Ho & Wu (dalam Nugroho Wijaya & Turipanam Alamanda, 2016) dalam nilai sosial terdapat dua faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menentukan keputusan mereka dalam pembelian *virtual items* pada *game*, kedua faktor tersebut adalah *self-expression* dan *social relationship*. Menurut Afifudin (2022) faktor *self-expression* atau ekspresi diri merupakan faktor nilai sosial dalam teori nilai konsumsi yang berhubungan dengan keadaan sosial dan status sosial, baik di dalam permainan maupun pada dunia nyata. Selanjutnya, menurut Afifudin (2022) faktor *social relationship* atau relasi sosial merupakan faktor nilai sosial dalam teori nilai konsumsi yang berkaitan dengan adanya interaksi sosial yang muncul diantara sesama pemain. Kemudian, faktor relasi sosial ini juga merupakan faktor nilai sosial dalam teori nilai konsumsi yang berkaitan juga dengan adanya pertukaran informasi antar pemain terkait dengan *virtual items* pada *game* dan adanya tindakan saling berbagi *virtual items* supaya dapat menjaga serta meningkatkan relasi sosial dengan sesama pemain. Kedua faktor dalam nilai sosial tersebut menggambarkan bahwa seseorang yang menentukan keputusan pembelian terhadap *virtual items* pada *game* dapat dilihat dari apakah barang-barang tersebut dapat mempresentasikan

dirinya sebagai pemain di dalam permainan atau bagaimana seorang pemain ingin dilihat oleh pemain lain ketika pemain tersebut telah membeli *virtual items* pada *game*.

3. Nilai Emosional

Selanjutnya, terdapat nilai emosional yang juga dapat mempengaruhi seseorang sebagai pemain *game online* untuk mempertimbangkan keputusan mereka dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items* pada *game*. Dalam teori nilai konsumsi, nilai emosional dapat diartikan sebagai nilai yang dapat dirasakan oleh pemain *game online* dari tindakan pembelian dan penggunaan *virtual items* yang dilakukan oleh pemain *game online* itu sendiri, sehingga muncul perasaan yang kuat dalam diri para pemain terhadap *virtual items* yang dibeli atau ingin dibeli. Menurut Ho dan Wu (dalam Nugroho Wijaya & Turipanam Alamanda, 2016) terdapat dua faktor yang sangat mempengaruhi adanya pertimbangan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items* berdasarkan nilai emosional ini. Kedua faktor tersebut ialah *aesthetics* dan *playfulness*. Menurut Afifudin (2022) faktor *aesthetics* atau estetika merupakan faktor nilai emosional dalam teori nilai konsumsi yang berkaitan dengan bentuk, karakteristik, dan efek visual yang dimiliki oleh masing-masing *virtual items* pada *game*, sedangkan faktor *playfulness* atau keceriaan merupakan faktor nilai emosional dalam teori nilai konsumsi yang berkaitan dengan munculnya perasaan para pemain *game* yang membuat mereka memiliki keinginan untuk membeli *virtual items* yang disediakan pada *game* yang dimainkan (Afifudin, 2022).

4. Nilai Kepuasan

Nilai dalam teori nilai konsumsi yang terakhir adalah nilai kepuasan. Nilai kepuasan tentu juga mempengaruhi adanya pertimbangan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items* pada *game*. Menurut Ho dan Wu (dalam Nugroho Wijaya & Turipanam Alamanda, 2016) nilai kepuasan seseorang sebagai konsumen yang memiliki keputusan untuk membeli *virtual items* pada *game*, dapat dilihat dari kepuasan seseorang terhadap *game* yang dimainkan oleh seseorang itu sendiri, misalnya seorang pemain Mobile Legends sangat puas terhadap permainan Mobile Legends karena Mobile Legends

menawarkan *game character* atau *hero* dan *skin* yang memiliki kualitas yang sangat baik untuk digunakan dalam permainan, sehingga seorang pemain tersebut tertarik untuk membeli *hero* dan *skin* tersebut.

F. Sistematika Penulisan

a. BAB I: PENDAHULUAN

- Latar Belakang Masalah
- Rumusan Masalah
- Tujuan Penelitian
- Tinjauan Pustaka
- Kerangka Konsep
- Sistematika Penulisan

b. BAB II: METODOLOGI PENELITIAN

- Jenis Penelitian
- Pemilihan Informan
- Operasionalisasi Konsep
- Metode Pengumpulan Data, Jenis Data, Cara Analisis Data
- Deskripsi Subyek

c. BAB III: TEMUAN DAN PEMBAHASAN

- Temuan Penelitian
- Pembahasan Penelitian

d. BAB IV: KESIMPULAN

- Kesimpulan dari hasil temuan dan pembahasan penelitian pada bab