

ABSTRAK

PENGARUH KESENANGAN YANG DIRASAKAN DAN NILAI SOSIAL PADA NIAT BELI DAN NIAT PENGGUNAAN BERKELANJUTAN PEMAIN MOBILE LEGENDS

Yosef Ewaldus
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kesenangan yang dirasakan pada niat penggunaan berkelanjutan pemain Mobile Legends, (2) pengaruh kesenangan yang dirasakan pada niat beli barang virtual pemain Mobile Legends, (3) pengaruh nilai sosial pada niat penggunaan berkelanjutan pemain Mobile Legends, (4) pengaruh nilai sosial pada niat beli barang virtual pemain Mobile Legends, (5) pengaruh niat penggunaan berkelanjutan pada niat beli barang virtual pemain Mobile Legends. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah memainkan Mobile Legends. Sampel dari penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan pembelian dalam gim atau top-up dan masih aktif bermain Mobile Legends sampai saat penelitian ini dilaksanakan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 115 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan metode PLS (*Partial Least Square*) menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini: (1) kesenangan yang dirasakan oleh pemain berpengaruh positif signifikan pada niat beli barang virtual, (2) kesenangan yang dirasakan oleh pemain berpengaruh positif signifikan pada niat penggunaan berkelanjutan Mobile Legends, (3) nilai sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada niat beli barang virtual dalam Mobile Legends, (4) nilai sosial memiliki pengaruh positif signifikan pada niat penggunaan berkelanjutan Mobile Legends, (5) niat penggunaan berkelanjutan memiliki pengaruh positif signifikan pada niat beli barang virtual dalam Mobile Legends.

Kata kunci: kesenangan yang dirasakan, nilai sosial, niat penggunaan berkelanjutan, niat beli

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED ENJOYMENT AND SOCIAL VALUE ON PURCHASE INTENTION AND CONTINUOUS USAGE INTENTION OF MOBILE LEGENDS PLAYERS

Yosef Ewaldus

Management Study Program, Faculty of Economics

Sanata Dharma University

Yogyakarta 2025

This study aims to examine: (1) the influence of perceived enjoyment on the continuous usage intention of Mobile Legends players, (2) the influence of perceived enjoyment on the purchase intention of virtual items by Mobile Legends players, (3) the influence of social value on the continuous usage intention of Mobile Legends players, (4) the influence of social value on the purchase intention of virtual items by Mobile Legends players, and (5) the influence of continuous usage intention on the purchase intention of virtual items by Mobile Legends players. The population in this study consists of all individuals who have ever played Mobile Legends. The sample includes individuals who have made in-game purchases or top-ups and are still actively playing Mobile Legends during the study period. The total sample size is 115 respondents. Data were analysed using the Partial Least Square (PLS) method with SmartPLS 4.0. The results of this study are:

(1) perceived enjoyment had a significant positive influence on the purchase intention of virtual items, (2) perceived enjoyment had a significant positive influence on the continuous usage intention of Mobile Legends players, (3) social value did not have a significant influence on the purchase intention of virtual items in Mobile Legends, (4) social value had a significant positive influence on the continuous usage intention of Mobile Legends players, (5) continuous usage intention had a significant positive influence on the purchase intention of virtual items in Mobile Legends.

Keywords: *perceived enjoyment, social value, continuous usage intention, purchase intention*