

The Effect of Playfulness and Mobile Game Loyalty

to In Apps Purchase Intention

(case on an online MOBA Game Mobile Legend : Bang Bang)

SKRIPSI

By:

ERLINA IKA AYU WULANDARI

1361097

ABSTRACT

In Apps Purchase or in-app payments is one of the revenue models by mobile apps that promise to developers, especially game developers. In the current game development use In Apps Purchase as the main revenue of the developers instead almost no annoying or inserted ads. The purpose of this study is to determine the effect of one of the players' emotions when playing games (Playfulness) and loyalty to an mobile game (Mobile Game Loyalty) to the intensity of players purchases in application. This research is an explanation research with data collection method through questionnaire. Target population in this study is the players of Mobile Legend : Bang Bang who have never made a purchase. Samples taken as many as 55 People. The sampling technique used is non probability sampling with purposive sampling method. The results of this study indicate that Playfulness has a decreasing influence in Apps Purchase Intention. And Mobile game Loyalty is a supporter of Apps Apps Purchase Intention.

Key Word : Playfulness, Mobile Game Loyalty, In Apps Purchase Intention

Pengaruh *Playfulness* dan *Mobile Game Loyalty*

terhadap *In Apps Purchase Intention*

(studi pada *game* online MOBA *Mobile Legend : Bang Bang*)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

ERLINA IKA AYU WULANDARI

1361097

INTISARI

In Apps Purchase atau pembayaran dalam aplikasi merupakan salah satu model pendapatan oleh aplikasi *mobile* yang menjanjikan bagi pengembang khususnya pengembang *game*. Dalam perkembangan *game* saat ini menggunakan *In Apps Purchase* sebagai pendapatan utama para pengembang sebagai gantinya hampir tidak ada iklan yang mengganggu atau disisipkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh salah satu emosi pemain ketika bermain *game* (*Playfulness*) dan loyalitas pada sebuah *game mobile* (*Mobile Game Loyalty*) terhadap intensitas pembelian dalam aplikasi pemain. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi dengan metode pengumpulan data melalui angket. Target populasi dalam penelitian ini adalah para pemain *game Mobile Legend : Bang Bang* yang sudah pernah melakukan pembelian. Sampel yang diambil sebanyak 55 Orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Playfulness* memiliki pengaruh yang menurunkan *in Apps Purchase Intention*. Dan *Mobile game Loyalty* merupakan pendukung *in Apps Purchase Intention* para pemain.

Kata Kunci : *Playfulness, Mobile Game Loyalty, In Apps Purchase Intention*