

ABSTRAK

Salah satu aktivitas online yang digemari banyak orang adalah *game online*. Salah satu *game* MOBA yang paling diminati adalah Dota 2 (Defense of the Ancients) yang sudah tidak asing lagi di kalangan *gamer* Indonesia. Fakta ini menunjukkan bahwa *Game online* tidak lepas dengan aktivitas pemasaran dan penjualan, setiap *game online* memiliki penjualan *virtual item* yang dapat meningkatkan pertumbuhan pasar online *game*. Item virtual adalah benda atau uang non fisik yang digunakan dalam *game online*. Niat beli *virtual item* seorang *gamer* dipengaruhi oleh banyak alasan. Penelitian ini menggunakan *game* Dota 2 dengan genre MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*) dimana *virtual item* tidak memberikan efek apapun atau hanya sebagai aksesoris atau sebagai kosmetik untuk mempercantik atau memperindah karakter yang ada didalam *game*. Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa identifikasi karakter, nilai *item virtual*, dan kepuasan bermain *game* terhadap niat beli *virtual item game online* Dota 2.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi sampel 105 *gamer* aktif Dota 2 yang pernah melakukan pembelian *virtual item game online* Dota 2. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode survey, dengan menggunakan alat berupa kuesioner. Teknik analisis yang digunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian dapat menyimpulkan bahwa variabel identifikasi karakter, nilai item virtual, dan kepuasan bermain *game* berpengaruh signifikan terhadap niat beli kembali *virtual item game online* Dota 2.

Kata Kunci: Identifikasi Karakter, Nilai *Virtual Item*, Kepuasan, Niat Beli Kembali *Virtual Item*