



DOI: <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i1>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Dampak Pembelian Dalam Game Mobile Legend Terhadap Peningkatan Keterampilan dan Keterlibatan Pemain Dengan Pengalaman Game Sebagai Variabel Moderasi

Lian Fathur Ramadhan<sup>1</sup>, Octaviana Dwiningtyas<sup>2</sup>, Zela Fahira Yuliana<sup>3</sup>, Tengku Mohd Khairal<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bina Nusantara, Jakarta, Indonesia, [lian.ramadhan@binus.ac.id](mailto:lian.ramadhan@binus.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Bina Nusantara, Jakarta, Indonesia, [Octaviana.dwiningtyas@binus.ac.id](mailto:Octaviana.dwiningtyas@binus.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Bina Nusantara, Jakarta, Indonesia, [zela.yuliana@binus.ac.id](mailto:zela.yuliana@binus.ac.id)

<sup>4</sup>Universitas Bina Nusantara, Jakarta, Indonesia, [tabdullah@binus.edu](mailto:tabdullah@binus.edu)

Corresponding Author: [lian.ramadhan@binus.ac.id](mailto:lian.ramadhan@binus.ac.id)<sup>1</sup>

**Abstract:** *This study aims to investigate the relationship between in-game purchases in Mobile Legends and the improvement of players' playing skills and the extent to which experience factors moderate the relationship between these variables. This study uses a quantitative approach. Data will be collected through an online survey with a research instrument assessment using a Likert scale. The results of the study show that there is a significant relationship between the level of Mobile Legends player involvement and the intensity of in-game purchases. Players who are more involved tend to make in-game purchases with higher frequency and spend more money in the game. The implications of these findings are profound and cover several important aspects of the gaming industry as well as digital consumer behavior research. First of all, the microtransaction pricing adjustments suggested by this study can not only increase player engagement, but also have the potential to change the business paradigm in the gaming industry as a whole. By considering factors such as player price preferences and price sensitivity, developers can design smarter and more responsive pricing strategies. This will not only increase their revenues but also create a more inclusive and sustainable gaming ecosystem.*

**Keyword:** *In-game Purchases, Player Engagement, Gaming Skills Improvement*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara pembelian dalam game di Mobile Legends dengan peningkatan keterampilan bermain pemain dan sejauh mana faktor pengalaman memoderasi hubungan antara variabel-variabel ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data akan dikumpulkan melalui survei daring dengan penilaian instrumen penelitian menggunakan skala *Likert*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat keterlibatan pemain Mobile Legends dengan intensitas pembelian dalam game. Pemain yang lebih terlibat cenderung melakukan pembelian dalam game dengan frekuensi yang lebih tinggi dan menghabiskan lebih banyak uang dalam game. Implikasi dari temuan ini sangat mendalam dan mencakup beberapa aspek penting dari industri

game serta penelitian perilaku konsumen digital. Pertama-tama, penyesuaian harga transaksi mikro yang disarankan oleh penelitian ini tidak hanya dapat meningkatkan keterlibatan pemain, tetapi juga berpotensi mengubah paradigma bisnis dalam industri game secara keseluruhan. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti preferensi harga pemain dan sensitivitas harga, pengembang dapat merancang strategi penetapan harga yang lebih cerdas dan lebih responsif. Ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan mereka tetapi juga menciptakan ekosistem game yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Pembelian Dalam Game, Keterlibatan Pemain, Peningkatan Keterampilan Bermain Game

---

## PENDAHULUAN

Mobile Legends merupakan game seluler populer yang telah menarik banyak pengikut dalam beberapa tahun terakhir, dengan gameplay daring 5v5 yang menekankan strategi untuk menghancurkan markas musuh. Strategi tidak hanya melibatkan pemilihan hero tetapi juga penggunaan item yang dapat melemahkan pertahanan lawan. Item dalam game, seperti skin dan senjata hero, sering diperjualbelikan, dan item ini biasanya memerlukan berlian yang dapat dibeli melalui akun virtual atau transfer. Meskipun Mobile Legends memiliki model freemium—gratis untuk dimainkan tetapi dengan opsi pembelian dalam aplikasi—pembelian dalam game telah meningkat, tetapi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemain untuk melakukan pembelian masih belum sepenuhnya dipahami. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana pembelian dalam game di Mobile Legends dapat meningkatkan keterlibatan pemain dan pengembangan keterampilan, dan mengeksplorasi peran kemudahan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara pembelian dalam game, keterlibatan pemain, dan pengembangan keterampilan. Abbasi dkk.[1] Studi mengungkap perbedaan tingkat keterlibatan komunitas dalam intensitas pembelian dalam gim, sementara studi Wang et al. [2] menekankan peran signifikan kemudahan dalam memprediksi perilaku pembelian dan keterlibatan dalam aplikasi freemium. Dalam konteks ini, studi ini akan mengeksplorasi dampak pembelian dalam gim di Mobile Legends dalam meningkatkan keterampilan dan keterlibatan pemain, dengan kemudahan sebagai variabel moderasi yang penting. Berdasarkan temuan Vorderer, Hartmann, dan Klimmt [3], keterlibatan pemain memengaruhi keputusan pembelian, di mana kemudahan berperan dalam partisipasi keputusan pembelian dan kenikmatan gim secara keseluruhan. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pembelian dalam gim di Mobile Legends dan peningkatan keterampilan bermain pemain, serta sejauh mana pengalaman memoderasi hubungan tersebut. Dengan mengumpulkan data tentang intensitas pembelian, pengalaman, dan keterlibatan pemain, studi ini akan menilai apakah pembelian dalam gim secara signifikan memengaruhi keterampilan bermain, apakah pembelian tersebut berkorelasi dengan keterlibatan yang lebih tinggi, dan apakah pengalaman pemain memperkuat atau melemahkan hubungan antara pembelian dan keterlibatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai peran pembelian dalam game terhadap pengembangan keterampilan pemain, serta pengaruh faktor pengalaman dan kenyamanan dalam bermain.

## METODE

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengevaluasi dampak pembelian dalam gim di Mobile Legends terhadap peningkatan keterampilan bermain gim dan keterlibatan dalam gim, dengan kemudahan sebagai variabel moderator. Variabel independen yang diteliti adalah pembelian dalam gim, sedangkan kemudahan berfungsi sebagai variabel

moderator dan keterlibatan serta peningkatan keterampilan bermain gim sebagai variabel dependen. Studi ini melibatkan populasi pemain Mobile Legends dengan sampel acak untuk representatif, menggunakan survei daring untuk pengumpulan data. Etika penelitian meliputi izin pengembang gim, kerahasiaan data, dan persetujuan responden. Instrumen pengukuran menggunakan skala Likert untuk berbagai variabel, dengan kontrol variabel eksternal untuk akurasi. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS untuk menyajikan temuan dan implikasi praktis, serta evaluasi keberlanjutan studi untuk potensi generalisasi dan kebutuhan penelitian lebih lanjut. Studi ini menggunakan survei daring sebagai metode pengumpulan data untuk menilai dampak pembelian dalam gim di Mobile Legends terhadap keterlibatan dan peningkatan keterampilan bermain. Survei daring, yang menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert, memungkinkan pengumpulan data yang efisien dan fleksibel dari responden, serta memfasilitasi analisis. Instrumen ini dirancang untuk mengevaluasi variabel seperti pembelian dalam game, kenyamanan, dan keterlibatan. Platform survei yang dapat diakses melalui berbagai perangkat meningkatkan tingkat respons, sementara keamanan dan privasi data responden tetap terjaga sesuai dengan etika penelitian. Hasil survei ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana pembelian dalam game memengaruhi pengalaman dan keterampilan pemain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian ini, uji validitas instrumen dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel atau apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Untuk menentukan nilai  $r$  tabel digunakan rumus ( $df = N - 2$ ), dimana  $df$  adalah derajat kebebasan. Misalnya, untuk sampel sebanyak 30 responden, nilai  $r$  tabel pada signifikansi 5% adalah 0,361. Dengan demikian, apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari 0,361 maka instrumen tersebut dianggap valid, sedangkan apabila tidak maka instrumen tersebut dianggap tidak valid.

**Tabel 1. Analisis Validitas Instrumen Penelitian**

Variable	Measurement Item	r-value	Validity
In Game Purchase (X)	X1	0.876	Valid
	X2	0.869	Valid
	X3	0.844	Valid
	X4	0.717	Valid
	X5	0.752	Valid
	X6	0.811	Valid
Game Experience (Z)	Z1	0.624	Valid
	Z2	0.441	Valid
	Z3	0.390	Valid
	Z4	0.588	Valid
	Z5	0.602	Valid

---

	Z6	0.600	Valid
	Z7	0.592	Valid
	Z8	0.650	Valid
	Z9	0.812	Valid
	Z10	0.864	Valid
	Z11	0.839	Valid
	Z12	0.881	Valid
	Z13	0.652	Valid
	Z14	0.896	Valid
<hr/>			
Self Improvement (Y1)	Y1.1	0.782	Valid
	Y1.2	0.734	Valid
	Y1.3	0.874	Valid
	Y1.4	0.853	Valid
	Y1.5	0.833	Valid
	Y1.6	0.861	Valid
<hr/>			
Player Engagement (Y2)	Y2.1	0.659	Valid
	Y2.2	0.559	Valid
	Y2.3	0.454	Valid
	Y2.4	0.538	Valid
	Y2.5	0.500	Valid
	Y2.6	0.473	Valid
	Y2.7	0.526	Valid
	Y2.8	0.744	Valid
	Y2.9	0.594	Valid
	Y2.10	0.414	Valid
	Y2.11	0.688	Valid
	Y2.12	0.503	Valid
	Y2.13	0.571	Valid
	Y2.14	0.636	Valid

---

Y2.15	0.491	Valid
Y2.16	0.407	Valid
Y2.17	0.824	Valid
Y2.18	0.530	Valid
Y2.19	0.752	Valid
Y2.20	0.526	Valid
Y2.21	0.744	Valid
Y2.22	0.594	Valid

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Suatu instrumen atau item pertanyaan dikatakan reliabel jika memiliki koefisien reliabilitas atau Cronbach's Alpha > 0,6. Berikut ini adalah tabel hasil uji reliabilitas.

**Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

Variabel	Cronbach'Alpha	Reliabilitas
In Game Purchase (X)	0,863	Reliabel
Game Experience (Z)	0,898	Reliabel
Self Improvement (Y1)	0,803	Reliabel
Player Engagement (Y2)	0,747	Reliabel

Dari tabel hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach alpha untuk semua variabel independen dan dependen lebih dari 0,60. Maka data yang ada dapat dikatakan reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

### Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS 25.0 dengan metode Kolmogorov-Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansinya lebih besar dari 0,05, dimana pengambilan keputusannya adalah dengan melihat angka Asymp.Sig (2-tailed).

**Tabel 3. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardize d Residual	Unstandardize d Residual
N		150	150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.70596880	6.97775484

Most Extreme Differences	Absolute	.047	.045
	Positive	.047	.045
	Negative	-.036	-.037
Test Statistic		.047	.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan hasil pengujian dengan melihat tabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh dari ke-2 persamaan tersebut adalah  $0,200 > 0,05$  yang berarti data penelitian yang digunakan berdistribusi normal.

### Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan salah satu teknik statistika yang digunakan untuk menguji korelasi yang tinggi antara dua atau lebih variabel bebas dalam analisis regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Untuk melihat ada atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan VIF, dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai VIF  $< 10$  dan jika nilai Tolerance  $> 0,10$  maka model dapat dikatakan bebas dari multikolonieritas.

**Tabel 4. Uji Multikolonieritas**

<b>Persamaan Pertama Pembelian Dalam Game (X) dan Pengalaman Game (Z) terhadap Peningkatan Keterampilan (Y)</b>			
Variable	Tolerance	VIF	
In Game Purchase (X1)	0,866	1.155	
Game Experience (M)	0.866	1.155	
<b>Persamaan Kedua Pembelian Dalam Game (X) dan Pengalaman Game (Z) terhadap Keterlibatan Pemain (Y)</b>			
Variable	Tolerance	VIF	
In Game Purchase (X1)	0,866	1.155	
Game Experience (M)	0.866	1.155	

Berdasarkan tabel di atas, persamaan pertama dan kedua menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk In Game Purchase (X) dan Game Experience (M) adalah 0,866 sehingga semua variabel nilai toleransi  $> 0,10$ . Sedangkan untuk In Game Purchase (X) dan Game Experience (M) nilai VIF-nya adalah 1,155 sehingga semua variabel nilai VIF  $< 10$ . Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak mengalami multikolonieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual dengan variabel independennya. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  (5%), maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Namun, jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  (5%), maka terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

<b>Persamaan Pertama Pembelian Dalam Game (X) dan Pengalaman Game (Z) terhadap Peningkatan Keterampilan (Y1)</b>			
Variabel	Dependent	Sig.	
In Game Purchase (X1)	ABS_RES	0,215	
Game Experience (M)		0,839	
<b>Persamaan Kedua Pembelian Dalam Game (X) dan Pengalaman Game (Z) terhadap Keterlibatan Pemain (Y2)</b>			
Variabel	Dependent	Sig.	

In Game Purchase (X1)	ABS_RES	0,821
Game Experience (M)		0,429

Berdasarkan tabel di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi terdapat pada persamaan pertama, variabel In Game Purchase sebesar 0,215 dan variabel Game Experience sebesar 0,839. Selanjutnya pada persamaan kedua, variabel In Game Purchase sebesar 0,821 dan variabel Game Experience sebesar 0,429. Hasil kedua persamaan tersebut memiliki nilai signifikansi > 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji-t. Uji-t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas atau independen (X) secara sendiri-sendiri maupun sebagian terhadap variabel dependen atau terikat (Y). Jika nilai sig. > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak, sebaliknya jika nilai sig. < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Variabel bebas secara sendiri-sendiri maupun sebagian tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah rumus untuk mencari t tabel.

**Tabel 5. Uji Hipotesis Pengalaman Dalam Permainan memberikan kontribusi positif signifikan terhadap Peningkatan Keterampilan (H1)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)		14.287	1.938		7.370 .000
In Game Purchase (X)		.308	.098	.251	3.149 .002

a. Dependent Variable: Skill Improvement (Y1)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji t (parsial) di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi kontribusi In Game Purchase (X1) terhadap Skill Improvement (Y1) adalah 0,002 < 0,05 dan nilai Thitung sebesar 3,149 > Ttabel 1,976. Hal ini berarti terdapat kontribusi positif In Game Purchase (X) terhadap Skill Improvement (Y1). Maka H1 diterima.

**Tabel 6. Uji Hipotesis Pengalaman Dalam Game memberikan kontribusi positif signifikan terhadap Keterlibatan Pemain (H2)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)		24.005	3.587		6.692 .000
In Game Purchase (X)		.612	.181	.268	3.380 .001

a. Dependent Variable: Player Engagement (Y2)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji t (parsial) di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi kontribusi In Game Purchase (X) terhadap Player Engagement (Y2) adalah 0,001

$< 0,05$  dan nilai Thitung sebesar  $3,380 > T_{tabel} 1,976$ . Hal ini berarti terdapat kontribusi In Game Purchase (X) terhadap Player Engagement (Y2) yang positif. Maka H2 diterima.

**Tabel 7. Uji Hipotesis Pengalaman Game memoderasi kontribusi antara Pembelian Dalam Game dan Peningkatan Keterampilan (H3)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.541	5.142		1.466	.145
In Game Purchase (X)	.361	.274	.293	1.315	.190
Game Experience (M)	.300	.165	.634	1.819	.071
In Game Purchase (X)*Game Experience (M)	-.007	.008	-.384	-.828	.409

a. Dependent Variable: Skill Improvement (Y1)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Sig. pada variabel interaksi antara In Game Purchase (X) dengan Game Experience (M) adalah sebesar  $0,409$  atau  $> 0,05$ , artinya dapat disimpulkan bahwa Game Experience tidak memoderasi kontribusi variabel In Game Purchase terhadap Skill Improvement. Maka H3 ditolak.

**Tabel 8. Uji Hipotesis Pengalaman Game memoderasi kontribusi antara Pembelian Dalam Game dan Keterlibatan Pemain (H4)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.310	9.704		1.887	.061
In Game Purchase (X)	.428	.517	.187	.828	.409
Game Experience (M)	.307	.311	.349	.986	.326
In Game Purchase (X)*Game Experience (M)	-.002	.016	-.066	-.141	.888

a. Dependent Variable: Player Engagement (Y2)

Berdasarkan tabel yang disajikan, nilai Signifikansi (Sig.) interaksi antara variabel In Game Purchase (X) dan Game Experience (M) adalah sebesar  $0,888$  yang lebih besar dari taraf signifikansi  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan Game Experience dalam memoderasi kontribusi variabel In Game Purchase terhadap Player Engagement. Dengan kata lain, Game Experience tidak berperan sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara in-game purchase dengan player engagement. Oleh karena itu, hipotesis H4 yang menyatakan bahwa Game Experience dapat memoderasi kontribusi In Game Purchase terhadap Player Engagement harus ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun in-game purchase dapat mempengaruhi player engagement, namun faktor playing experience tidak secara signifikan memperkuat maupun memperlemah



hubungan tersebut. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji faktor-faktor lain yang mungkin lebih berperan dalam memoderasi hubungan antara in-game purchase dengan player engagement.

**Tabel 9. Uji Hipotesis Terdapat korelasi signifikan antara Keterlibatan Pemain dan Peningkatan Keterampilan (H5)**

		Skill Improvement (Y1)	Player Engagement (Y2)
Skill Improvement (Y1)	Pearson Correlation	1	.003
	Sig. (2-tailed)		.975
	N	150	150
Player Engagement (Y2)	Pearson Correlation	.003	1
	Sig. (2-tailed)	.975	
	N	150	150

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,973 atau > 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi yang signifikan antara Skill Improvement dengan Player Engagement. Selanjutnya nilai Pearson Correlation sebesar 0,003 yang berarti berdasarkan tabel tersebut tingkat hubungan menunjukkan bahwa korelasi antara kedua variabel tersebut sangat lemah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H5 ditolak.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat keterlibatan pemain Mobile Legends dengan intensitas pembelian dalam game. Pemain yang lebih terlibat cenderung melakukan pembelian dalam game dengan frekuensi yang lebih tinggi dan menghabiskan lebih banyak uang dalam game. Temuan ini menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan pemain dalam game dan bagaimana hal ini dapat memengaruhi perilaku pembelian dalam game. Hal ini memiliki implikasi penting bagi pengembang dan pemasar game dalam merancang strategi bisnis yang lebih efektif untuk meningkatkan keterlibatan pemain dan mendorong penjualan dalam game. Meskipun hasil penelitian memberikan wawasan berharga tentang hubungan antara keterlibatan pemain dan pembelian dalam game, ada beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan, seperti keterbatasan dalam menggeneralisasi hasil ke populasi pemain lain dan penggunaan data yang dilaporkan sendiri yang rentan terhadap bias. Sebagai kesimpulan, penelitian ini memberikan kontribusi penting untuk memahami perilaku pembelian dalam game dan faktor-faktor yang memengaruhinya, tetapi penelitian lebih lanjut dengan desain yang lebih canggih dan representatif diperlukan untuk memvalidasi temuan ini secara lebih mendalam.

**REFERENSI**

Abbasi, A. Z., Asif, M., Shamim, A., Ting, D. H., & Rather, R. A. (2023). Engagement and consumption behavior of eSports gamers. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*.  
 Wang, L., Gao, Y., Yan, J., & Qin, J. (2021). From freemium to premium: the roles of consumption values and game affordance. *Information Technology & People*, 34(1), 297-317.

- Vorderer, P., Hartmann, T., & Klimmt, C. (2003). Explaining the enjoyment of playing video games: the role of competition. In Proceedings of the second international conference on Entertainment computing (pp. 1-9).
- Jogo, R., Prasetya, D. A., & Respati, H. (2021) The Effect of Virtual Items, Character Identification and Game Satisfaction on Purchasing Decisions of Virtual Items Online (Case Study on Online Game Player Dota 2 Malang).
- Andi, A., Lee, K., Dermawan, H., & Fernando, D. (2023). PENGARUH PEMBELIAN DALAM GAME PADA GAME MOBILE LEGENDS DI KOTA BATAM. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 10(1), 365-373.
- Khatami, S. B. (2023) The Effects of Customer Engagement, Loyalty, and Perceived Value on Purchase Intention of Mobile Game Players.