

ABSTRAK

Perkembangan *game online* yang signifikan menjadikan industri *game* menjadi salah satu bisnis yang menguntungkan, berdasarkan data dari DFC Intelligence pendapatan yang diperoleh dari industri ini sebesar \$28 milyar pada tahun 2016 dan terus meningkat tiap tahunnya. Penghasilan industri *game online* tidak hanya sebatas pembelian dari *video game* itu sendiri namun juga dari hasil *virtual item* yang ditawarkan di dalamnya. Salah satu strategi *developer game* dalam menarik pengguna untuk membeli *virtual item* adalah menggunakan berbagai metode pembayaran sebagai bentuk kemudahan yang diberikan kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai minat beli pemain terhadap *virtual item* yang ditawarkan didalam *game online* Valorant dengan menggunakan variabel persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli *virtual item game online* Valorant. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif, data berupa angka dan analisis dari hasil kuisioner yang telah disebar, metode yang diterapkan adalah metode kausal yang bertujuan untuk menjelaskan sebab akibat sekaligus untuk mencari keterkaitan antara variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap variabel minat beli terhadap *virtual item* pada *game online* Valorant, sementara variabel kemudahan bertransaksi dan pengalaman berbelanja tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel minat beli *virtual item* pada *game online* Valorant. Implikasi manajerial penelitian ini adalah demi meningkatkan minat beli *virtual item* pada *game* Valorant, Riot Games sebagai *developer* sebaiknya tetap menjaga performa keamanan dan meningkatkan keamanan yang diberikan untuk para pemain.

Kata Kunci: Kemudahan Bertransaksi, Minat Beli terhadap *Virtual Item*, Persepsi Keamanan, Pengalaman Berbelanja.