

ABSTRAK

Genshin Impact merupakan salah satu game yang paling banyak dicari di seluruh dunia di Google pada tahun 2021. Pada tahun pertamanya, game ini menjadi game seluler yang menghasilkan pendapatan No. 3 secara global. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap minat beli virtual goods pada pemain Genshin Impact di Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian analisis deskriptif, menggunakan pendekatan kuantitatif. Total responden yang diperoleh yaitu sebanyak 124 responden memenuhi syarat. Penelitian menggunakan Teknik sampling *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Uji yang dilakukan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, dan uji statistik.

Dari analisis *perceived value (X)*, persentase rata-rata adalah 80,20%, dan persentase rata-rata keseluruhan variabel minat beli (Y) adalah 81,83%, yang berada dalam kategori setuju. Dari hasil uji t terlihat *Perceived Value (X)* memiliki pengaruh terhadap Minat Beli (Y) *Virtual Goods*. Diketahui dari hasil analisis koefisien determinasi bahwa diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,438 maka bisa disimpulkan bahwa besaran pengaruh Variabel *Perceived Value (X)* terhadap Minat Beli (Y) adalah sebesar 43,8%. Sedangkan sisanya 56,2% dijelaskan oleh variabel-variabel di luar dari variabel dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Perceived Value, Minat Beli, Virtual Goods, Genshin Impact.*