

ABSTRAK

Sistem undian dalam gim Mobile Legends telah menjadi strategi monetisasi yang populer namun menuai kontroversi karena sifatnya yang spekulatif dan tidak transparan. Fenomena ini memunculkan pertanyaan mengenai faktor psikologis apa yang mendorong pemain melakukan pembelian ulang terhadap *skin* melalui sistem undian. Penelitian ini penting karena sistem *gacha* terus tumbuh di tengah minimnya pemahaman akademis terhadap perilaku konsumen digital dalam konteks virtual *goods*. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menggunakan survei terhadap 240 pemain Mobile Legends yang pernah mengikuti sistem undian, dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Tiga variabel independen yang diuji adalah kepercayaan, kepuasan dan nilai yang diterima terhadap variabel dependen niat pembelian berulang. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap niat pembelian berulang, sementara nilai yang diterima tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian berulang dengan nilai R^2 sebesar 44,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan dan pengalaman positif pengguna lebih menentukan dibanding nilai manfaat yang dirasakan dalam keputusan pembelian ulang. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembang gim untuk meningkatkan kepuasan dan transparansi sistem undian agar mendorong loyalitas pengguna.

Kata kunci: kepercayaan, kepuasan, nilai yang diterima, niat pembelian berulang, undian