

ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi saat ini game merupakan tempat hiburan dan terkadang tempat mencari nafkah. Karena peminat game meningkat mengakibatkan adanya revolusi game yang bersifat online, dan mulai munculnya game-game online. *Developer* game mulai mencari cara untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal di dalam game oleh karena itu muncullah istilah *microtransaction*. *Microtransaction* sendiri merupakan pembelian barang virtual di dalam game menggunakan uang real. Salah satu *developer* game yang sukses dalam pengemasan gamenya adalah mobile legend. Mobile legend berhasil melakukan penjualan dari produknya yang bersifat virtual, meningkatkan pengguna setiap tahunnya, dan adanya kompetisi bersifat internasional setiap tahunnya.

Penelitian ini membuktikan bahwa dengan adanya kecanduan dapat meningkatkan keinginan untuk membeli di game mobile legend, walaupun loyalitas tidak dapat memediasi keinginan pengguna untuk melakukan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden dengan syarat pernah menggunakan atau sudah tidak menggunakan game mobile legend, pernah tinggal di Jawa Tengah, pernah melakukan *microtransaction* di game mobile legend. Data kuantitatif akan diimplementasikan menggunakan aplikasi SmartPLS sebagai alat pengolahan data.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan dua jawaban yaitu positif dan negatif. Positif pada pengaruh kecanduan yang menyebabkan keinginan untuk membeli dan negatif pada mediasinya yaitu pengaruh loyalitas terhadap keinginan untuk membeli.

Kata Kunci : *Microtransaction*, Mobile Legend, Kecanduan, Loyalitas, Keinginan untuk membeli.