

## ABSTRAK

Perkembangan ilmu dan teknologi telah berkembang pesat dan menjadikan banyak perubahan terutama internet. Layanan internet menjadi alat yang vital bagi perusahaan *game*, karena dengan layanan internet pemain dapat bermain dengan pemain lain secara langsung. Salah satu *game online* yang sedang digemari oleh masyarakat Indonesia yaitu *Mobile Legends: Bang Bang*. *Game online Mobile Legends: Bang Bang* menyediakan *virtual goods* bagi pemain. *Virtual goods* memiliki berbagai fungsi seperti menambah kekuatan, memberi kustomisasi, dan meningkatkan citra diri. Penjualan *virtual goods* memiliki peran penting dalam pendapatan *game Mobile Legends: Bang Bang*. Maka dari itu diperlukan *virtual goods* yang semenarik mungkin agar konsumen membeli *virtual goods*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel *functional value*, *emotional value*, dan *social value* terhadap niat pembelian *virtual goods*. Penelitian ini dilakukan pada pengguna *game Mobile Legends: Bang Bang* di Kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemain *mobile legends* yang belum pernah melakukan pembelian *virtual goods* di kota semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* melalui kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program *spss*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *price utility*, *aesthetics*, dan *playfulness* berpengaruh terhadap niat pembelian *virtual goods* sedangkan *functional quality*, *social self image expression* dan *social relationship support* tidak berpengaruh terhadap niat pembelian *virtual goods*.

Kata kunci: *Product Value*, *Consumer Behavior*, *Digital Product*, *Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)*.