

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh motivasi bermain *game* terhadap perilaku konsumtif dalam *game* berbasis *gacha*, dengan studi khusus pada pemain "GODDESS OF VICTORY: NIKKE." Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur hubungan antara motivasi dan perilaku pembelian dalam *game*. Sampel penelitian terdiri dari 394 responden yang merupakan anggota grup Facebook "NIKKE : TONGKRONGAN KOMANDAN DISKUSI NIKKE (TKDN)" yang diperoleh melalui perhitungan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pencapaian merupakan faktor pendorong utama perilaku konsumtif, di mana pemain terdorong melakukan pembelian untuk mempercepat pencapaian tujuan seperti mendapat karakter kuat, item langka, dan posisi elit. Selain itu, tingkat imersi yang tinggi meningkatkan keterlibatan emosional dan psikologis pemain dalam dunia *game*, sehingga memotivasi pengeluaran untuk mempertahankan pengalaman bermain yang menyenangkan dan kohesif. Meskipun terdapat ketidakpuasan dan ketidakpercayaan terhadap sistem *gacha*, mekanisme hadiah acak yang tidak pasti tetap menjadi pendorong kuat bagi pembelian berulang melalui prinsip *reinforcement* variabel, yang berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif impulsif dan adiktif. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman faktor psikologis dan ekonomi di balik perilaku konsumtif dalam *game* digital, sekaligus memberikan referensi bagi pengembang, regulator, dan konsumen dalam menciptakan strategi permainan yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi pertumbuhan ekonomi.

Kata Kunci: *Gacha*, Motivasi Bermain *Game*, Perilaku Konsumtif, NIKKE