

ABSTRAK

Penelitian ini dijalankan untuk mengetahui bagaimana pengguna aplikasi layanan bacaan komik *LINE webtoon* dengan model bisnis *freemium*, yang telah merasakan pengalaman menggunakan produk *virtual* berupa bacaan komik gratis sebagai *core service* aplikasi berminat membeli layanan berbayar *fast pass* dan *daily pass* untuk membaca konten komik yang hanya bisa diakses jika pengguna melakukan pembelian. Selain analisis dari segi pengalaman pengguna terhadap *core service* aplikasi, analisis juga dilakukan kepada pengguna bagaimana mereka mempersepsikan nilai-nilai tambah yang ditawarkan dari layanan berbayar *fast pass* dan *daily pass* untuk dapat mengakses konten komik yang terkunci bagi pengguna gratis.

Metode *purposive sampling* digunakan dalam proses pengumpulan data kepada pengguna *LINE Webtoon* yang belum pernah membeli layanan berbayar. Kuesioner disebarakan menggunakan *Google Form* kepada sampel dari populasi pengguna *LINE webtoon* berusia 18-26 tahun yang memiliki layanan *e-wallet* sebagai metode pembayaran. Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 150 responden. Metode analisis yang digunakan untuk menguji model penelitian adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh dari variabel *perceived enjoyment*, *perceived social value*, *consumer experience* serta *e-payment system* (*e-wallet*) terhadap minat pembelian layanan berbayar *webtoon*. Pengaruh positif dan signifikan hanya ditunjukkan oleh variabel *perceived quality* sebesar 33,4% dari analisis jalur dan *perceived economic value* sebesar 45,6% terhadap minat pembelian. Variabel moderasi pada penelitian *e-payment system* (*e-wallet*) ditemukan tidak signifikan memoderasi minat pembelian layanan berbayar *webtoon*.

Kata kunci: *Partial Least Square*, *PERVAL*, *Consumer Experience*, *Minat Pembelian*, *Freemium*, *Virtual Goods*