THE PLAYERS' PERCEPTION OF THE GACHA PREDATORY MARKETING STRATEGY

•

By

STEVEN HAN PUDJOWIBOWO

19.J2.0025

ENGLISH STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS

SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY

SEMARANG

2026

ABSTRACT

Gacha system has become one of the most widely used marketing strategies in online games because it succeeded in encouraging players to spend money through random rewards. However, many researchers argue that it has characteristics of predatory marketing due to its use of psychological triggers and its similarity to gambling that may influence players' spending behavior. This study aims to identify players' perceptions of the Gacha system as a predatory marketing strategy. This research used quantitative method by distributing online questionnaire to around 30 respondents who had experience playing Gacha games. The data collected were then analyzed using frequency distribution, mean, and standard deviation. The results showed that most respondents understood how the Gacha system works and agreed that it is mainly designed to encourage players to spend money. The respondents also agreed that the Gacha system is similar to gambling and may cause financial harm to vulnerable players. Despite these concerns, most respondents still intended to continue playing Gacha games because they enjoyed the game itself. In conclusion, this study found that players believe that Gacha system have the characteristics of predatory marketing despite still valuing the entertainment provided by Gacha games.

ABSTRAK

Sistem Gacha telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang paling banyak digunakan dalam game online karena berhasil mendorong pemain untuk mengeluarkan uang melalui hadiah acak. Namun, banyak peneliti berpendapat bahwa sistem ini memiliki karakteristik pemasaran predator karena penggunaan pemicu psikologis dan kemiripannya dengan perjudian yang dapat memengaruhi perilaku pembelian pemain. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi pemain terhadap sistem Gacha sebagai strategi pemasaran predator. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mendistribusikan kuesioner online kepada sekitar 30 responden yang memiliki pengalaman bermain game Gacha. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan distribusi frekuensi, rata-rata, dan standar deviasi. Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar responden memahami cara kerja sistem Gacha dan setuju bahwa sistem ini terutama dirancang untuk mendorong pemain mengeluarkan uang. Responden juga setuju bahwa sistem Gacha mirip dengan perjudian dan dapat menyebabkan kerugian finansial bagi pemain yang rentan. Terlepas dari kekhawatiran ini, sebagian besar responden masih berniat untuk terus bermain game Gacha karena mereka menikmati game itu sendiri. Kesimpulannya, penelitian ini menemukan bahwa para pemain percaya bahwa sistem Gacha memiliki karakteristik pemasaran yang eksploitatif meskipun masih menghargai hiburan yang diberikan oleh permainan Gacha.