

ABSTRAK

Game online berkembang seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pasar begitu sebaliknya kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak penjual menjadikan rendahnya keputusan pembelian pembeli. Sarana promosi yang dinilai kurang menarik menurut pembeli menjadi penyumbang tingkat penurunan pengguna dan penjualan *virtual item game online CSGO*. Hal tersebut didasari oleh rendahnya nilai *virtual item* pada *game CSGO* menurut pembeli. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian *virtual item* dalam *gameonline CSGO* dan besarnya pengaruh Nilai *Virtual Item* dan Bauran promosi terhadap keputusan pembelian *Virtual Item* dalam *Game Online CSGO*. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode survey dan diperkuat dengan pemilihan teknik random sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Kuisisioner dipilih dalam penelitian ini untuk digunakan dalam pengambilan data. Kesimpulan penelitian menyebutkan bahwa tanggapan responden mengenai Proses keputusan pembelian *virtual item* dalam *game online CSGO* berada dalam kategori kurang baik, dan Nilai *virtual item* dan bauran promosi memberikan pengaruh terhadap Proses keputusan pembelian dalam *game online CSGO*, variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian adalah nilai *virtual item*.

Kata Kunci: *Game online*, keputusan pembelian, *virtual item*, promosi.