

ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIRTUAL ITEM PADA GAME ONLINE: STUDI KASUS PADA GAME VALORANT

ABSTRAK

Oleh:

Pandhu Malonda

2061351

Dosen Pembimbing:

Wenda Wahyu Christiyanto, SE., MM

Valorant merupakan salah satu *game online* populer saat ini dalam *genre* MMOFS. Pendapatan atas permainan ini diperoleh dari penjualan *virtual item* yg tidak lepas dari peran iklan dan *influencer* yg sering ditampilkan pada platform sosial media. Penelitian ini bertujuan untuk mengkonfirmasi pengaruh iklan dan influencer terhadap keputusan pembelian virtual item dalam game Valorant. Metode yang digunakan adalah kuantitatif ekplanasi dengan populasi sejumlah 48.700 anggota Grup Facebook VALORANT Indonesia ID. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan dan *influencer* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *virtual item*. Iklan yang baik memberikan informasi yang jelas, membangkitkan emosi positif, dan membangun kepercayaan. *Influencer* melalui konten yang informatif dan menarik meningkatkan keputusan pembelian dengan membangkitkan keterlibatan emosional dan memanfaatkan kekuatan sosial *influencer*.

Kata Kunci: Iklan, Influencer, Keputusan Pembelian