

## ABSTRAK

*Mobile Legends: Bang Bang* telah menjadi salah satu game yang populer di dunia dan salah satu game online dengan jumlah unduhan terbanyak di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh *perceived value* dan *Satisfaction* terhadap keputusan pembelian *virtual items* pada game *Mobile Legends* di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel dari penelitian ini berjumlah sampai dengan 385 responden dengan kriteria pernah membeli *virtual items* pada game *Mobile Legends*. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan pengujian Hipotesis, *Perceived Value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian begitu juga dengan *Satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *virtual items* pada game *Mobile Legends*. Hasil uji Analisis regresi menunjukkan *Perceived Value* dan *Satisfaction* cara bersama-sama memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian *virtual items* pada game *Mobile Legends* di Kota Bandung.

Berdasarkan R Square *Perceived Value* (X1) dan *Satisfaction* (X2) berpengaruh 80.64% terhadap Keputusan Pembelian (Y) sisanya sebesar 19.36% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah dapat memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian *virtual items* dalam konteks *game online*. peningkatan *perceived value* dan *satisfaction* pengguna dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dalam industri *game online*, terutama dalam hal penjualan *virtual items*.

**Kata kunci:** *Perceived Value*, *Satisfaction*, Keputusan Pembelian, *Virtual Items*, *Mobile Legends*.