

ABSTRAK

Mobile Legends, sebagai salah satu game *mobile multi-player online* yang paling populer, telah menjadi fenomena di kalangan pemain game seluler. *Mobile Legends* memiliki basis pemain yang besar, dan *event marketing* dapat menjadi alat efektif untuk memperkenalkan fitur baru, hero, atau update game terbaru kepada pemain yang ada dan potensial. *Event marketing Mobile Legends* dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran merek, terutama dalam persaingan sengit di pasar game seluler serta memiliki dampak pada keputusan pembelian *virtual items*. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh *Event Marketing* dan *Brand Awareness Game Mobile Legends* terhadap keputusan pembelian skin dalam game ini. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan pengujian Hipotesis, *event marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian begitu juga dengan *brand awareness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian virtual items pada game *Mobile Legends*. Hasil uji Analisis regresi menunjukkan *event marketing* dan *brand awareness* secara bersama-sama memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian virtual items pada game *Mobile Legends* di Kota Bandung.

Kata kunci: *Event Marketing, Brand Awareness, Keputusan Pembelian, Virtual Items, Mobile Legends.*