

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konten *game online*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi. Populasi dalam studi ini adalah pemain yang pernah melakukan pembelian konten *game online*. Jumlah sampel pada penelitian ini ada 385 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 36% dan sisanya sebesar 64% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : perilaku konsumen, keputusan pembelian, *game online*.