

ABSTRAK

Tren Industri *e-commerce* di Indonesia sangat pesat berkembang dari tahun ke tahun dan memiliki dampak pada ekonomi di Indonesia, dalam persaingan industri *e-commerce*. Peran iklan Tokopedia pada *game online point blank* terhadap minat beli di aplikasi Tokopedia sejatinya diharapkan untuk meningkatkan pembelian pada seluruh produk Tokopedia maupun intensitas *download* aplikasi Tokopedia itu sendiri, tetapi di Tokopedia ini juga menyediakan produk yang sudah pasti dibutuhkan oleh pemain *game online point blank* yakni *voucher game* atau yang biasa disebut *PB Cash*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh iklan Tokopedia di *Game Online Point Blank* pada minat beli produk game oleh pemain aktif serta mengetahui seberapa besar pengaruh iklan Tokopedia di *Game Online Point Blank* pada minat beli produk game oleh pengguna aktif. Peneliti menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif. Populasi penelitian sejumlah 500.000 pengguna. Peneliti menggunakan teknik sampling non probability dan didapatkan jumlah sampel sejumlah 400 pengguna. Hasil penelitian didapatkan nilai Sig sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai thitung sebesar $13.674 > t$ tabel sebesar 1.962 yang berarti menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Iklan *Product Placement* terhadap Minat Beli pada pengguna aktif *game online point blank*. Persentase Iklan *Product Placement* dapat menjelaskan Minat Beli pengguna aktif *game online point blank* sebesar 32%, sementara sisanya sebesar 68% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

Kata Kunci: *Game Online, Point Blank, Minat Beli*