

ABSTRAK

Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) adalah salah satu game online populer yang menduduki puncak unduhan di Android dan iOS. Popularitas game ini di kalangan anak muda hingga dewasa baik sebagai hiburan maupun gaya hidup digital, mendorong pemain untuk membeli skin hero sebagai bentuk ekspresi diri. Fenomena ini menciptakan peluang strategis bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *sales promotion* terhadap *impulsive buying* skin hero dalam permainan Mobile Legends: Bang Bang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden pengguna Mobile Legends: Bang Bang. Selain itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk jurnal, buku, dan internet. Data kuesioner dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 30. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis untuk menguji hubungan antar variabel.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa berdasarkan analisis deskriptif, tanggapan responden terhadap variabel *fear of missing out* (X1) dan *sales promotion* (X2) berada dalam kategori baik. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap perilaku *impulsive buying* dalam aktivitas top up atau pembelian skin hero pada permainan Mobile Legends: Bang Bang. Secara simultan, ditemukan bahwa variabel *fear of missing out* dan *sales promotion* memberikan kontribusi sebesar 65,1% terhadap *impulsive buying*, sedangkan sisanya, yaitu 34,9%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out* (FOMO), *Sales promotion*, *Impulsive buying*