

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Social Media*, *Emotional Value*, dan *Virtual Item Value* terhadap *Purchase Intention* pada MOBA game *Mobile Legends*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampling yaitu *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui *google form*. Sampel pada penelitian ini memperoleh 250 responden. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis SPSS (*Statistical Program for Social Science*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Media*, *Emotional Value*, dan *Virtual Item Value* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Purchase Intention*.

Kata Kunci : *Social Media, Emotional Value, Virtual Item Value, Purchase Intention.*