

## ABSTRAK

Dalam industri *game* digital, Tokopedia telah menjadi platform yang penting bagi konsumen untuk mencari dan membeli *game* digital original. *Display* halaman produk yang menarik dan informatif dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Digitalisasi ini mendorong para penjual untuk memanfaatkan peluang baru, namun juga meningkatkan persaingan di pasar. Penjual harus aktif dan dapat mengikuti tren serta menampilkan *display* halaman toko yang menarik untuk menarik konsumen. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui adanya pengaruh dan seberapa besar pengaruh *display* halaman produk terhadap keputusan pembelian *game* digital original di *marketplace* Tokopedia serta mengetahui perilaku konsumen pada tingkat keputusan pembelian produk *game* digital di *marketplace* Tokopedia setelah mengetahui *display* halaman produk yang ditampilkan toko. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden dengan teknik *simple random sampling* yang merupakan pengguna aktif *marketplace* Tokopedia dan memiliki minat dalam pembelian *game* digital original atau pernah meninggalkan ulasan produk pada laman toko tempat berbelanja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *display* halaman produk Tokopedia dapat memengaruhi keputusan pembelian *game* digital original sebesar 57,6% dan sisanya sebesar 42,4% dipengaruhi oleh promosi potongan harga dan iklan. Presentase tersebut diperoleh dari hasil perhitungan persamaan koefisien determinasi dengan nilai 57,6% dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,576. Hal tersebut menyatakan bahwa konsumen yang di dominasi oleh mahasiswa sangat antusias pada tampilan halaman produk *game* digital original seperti cover, desain dan tatanan penyusunan produk.

Kata kunci: *Display Halaman Produk, Keputusan Pembelian, Game Digital*

*Original, Tokopedia.*

## ***ABSTRACT***

In the digital game industry, Tokopedia has become an important platform for consumers to find and buy original digital games. Displaying attractive and informative product pages can influence consumer perceptions and influence their purchasing decisions. This digitization encourages sellers to take advantage of new opportunities, but also increases competition in the market. Sellers must be active and able to follow trends and display attractive shop page views to attract consumers. The purpose of this study was to determine the influence and how much influence the display of product pages has on purchasing decisions of original digital games on the Tokopedia marketplace and the behavior of knowing consumers at the decision level to purchase digital game products on the Tokopedia marketplace after knowing the appearance of the product pages displayed by the store. This study used a survey method using a questionnaire as a data collection instrument. The research sample consisted of 100 respondents using the simple random sampling technique who are active users of the Tokopedia marketplace and have an interest in buying original digital games or have left product reviews on store pages where they shop. The results showed that there was an influence on the display of Tokopedia product pages which could influence the purchase decision of original digital games by 57.6% and the remaining 42.4% were influenced by discounted promotions and advertisements. This percentage is obtained from the calculation of the reduction in the coefficient of determination with a value of 57.6% with a coefficient of determination (R Square) of 0.576. This indicates that consumers who are dominated by students are very enthusiastic about the appearance of original digital game product pages such as covers, designs and layouts. product manufacturing.

*Keywords: Product Page Display, Purchase Decision, Original Digital Game, Tokopedia*