ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Perilaku Impulsif Top up Game Online

Authors: Nur Iqrom Pancar Gahara, Muhammad Nurjihadi

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 2 No. 2 (2025)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3776

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 03 November 2026, 23:09 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Nur Iqrom Pancar Gahara, Muhammad Nurjihadi. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Perilaku Impulsif Top up Game Online". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 2 No. 2 (2025). DOI: 10.47134/jbkd.v2i2.3776

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals

ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Perilaku Impulsif Top up Game Online

Authors: Nur Iqrom Pancar Gahara, Muhammad Nurjihadi

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 2 No. 2 (2025)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3776

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 21 October 2026, 20:29 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Nur Iqrom Pancar Gahara, Muhammad Nurjihadi. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Perilaku Impulsif Top up Game Online". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 2 No. 2 (2025). DOI: 10.47134/jbkd.v2i2.3776

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals



Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital: Volume 2, Number 2, 2025, *Page*: 1-10

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Impulsif Top Up Game Online (Studi Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa)

Nur Iqrom Pancar Gahara*, Muhammad Nurjihadi

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap kecenderungan perilaku impulsif dalam melakukan top-up game online di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan industri game online, kebiasaan top-up secara spontan menjadi isu yang menarik untuk dikaji, terutama dalam kaitannya dengan tingkat pemahaman mahasiswa terhadap aspek keuangan dan teknologi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi menggunakan perangkat lunak SPSS. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa yang aktif bermain game online dan memiliki pengalaman melakukan top-up. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta regresi linear berganda.Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan dan literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku impulsif dalam melakukan top-up game online. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan digital seseorang, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan top-up secara impulsif. Temuan ini memberikan wawasan bagi mahasiswa, akademisi, serta pengembang industri game dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku transaksi digital yang bersifat impulsif.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Literasi Digital, Perilaku Impulsif, Top-Up Game Online, Mahasiswa

DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3776
*Correspondence: Nur Iqrom Pancar Gahara
Email: nuriqrampg@gmail.com

Received: 12-12-2024
Accepted: 19-01-2025
Published: 24-02-2025

Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *This study aims to analyze the influence of financial literacy and digital literacy on online game top-up behavior among students at Universitas Teknologi Sumbawa. In an increasingly digital era, understanding financial and digital literacy is essential for individuals to make wise financial decisions, including in the context of gaming applications. This research adopts a quantitative approach with an associative method, collecting data through questionnaires distributed to one hundred active students of Universitas Teknologi Sumbawa.The findings reveal a significant positive effect of financial and digital literacy on online game top-up behavior. Interestingly, the initial hypothesis was rejected, as financial literacy was found to correlate positively with more impulsive fund management, while digital literacy enabled students to navigate and utilize gaming platforms effectively. This study contributes valuable insights for developing educational strategies on financial and digital literacy among students. Furthermore, it suggests future research incorporating additional variables to explore other factors influencing consumer behavior in the digital landscape.*

Keywords: *Financial Literacy, Digital Literacy, Top-Up Behavior, Online Games, Students*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dekade terakhir telah merevolusi hampir seluruh kehidupan dan membawa perubahan signifikan khususnya dalam dunia hiburan, salah satunya adalah berkembangnya industri game online. Game online telah menjadi industri yang sangat besar dan berkembang pesat saat ini. Game online adalah game berbasis elektronik dan visual yang dapat dimainkan dengan akses internet sehingga memungkinkan untuk dapat bermain dengan teman yang berada di belahan bumi lainnya dalam waktu bersamaan (Ho & Wu, 2012).

Game online telah berkembang menjadi gaya hidup dan cara interaksi sosial baru, dibantu oleh jaringan internet yang semakin luas dan penggunaan perangkat seluler yang terus meningkat menyebabkan pertumbuhan game online di Indonesia sangat cepat. Nimo TV pada 2019 mencatat bahwa 29,4% pengguna dari indonesia telah berkontribusi aktif dalam game online dari total 170 juta pengguna aktif dalam lingkup global (Alfarizi, 2019).

Dalam game online tersedia barang virtual yang bisa dimiliki player melalui pembelian menggunakan mata uang yang berlaku, contohnya diamonds, golds, dan lain lain. Barang virtual tersebut biasanya hanya dapat dibeli dengan penukaran mata uang asli ke bentuk diamonds. Barang virtual yang tersedia pada game online menjadi sumber pemasukan untuk perusahaan atau developer tersebut, yakni menggunakan transaksi ekonomi secara virtual melalui top up (Herawan & Rachman, 2021).

Barang virtual atau item semacam ini memiliki fungsi dan kegunaan yang sama seperti barang di dunia nyata, namun yang membedakan adalah barang virtual atau item ini hanya dapat digunakan dalam game online. Proses ini memungkinkan player untuk membeli item, skin, atau mata uang dalam game, yang dapat meningkatkan kualitas permainan (Tololiu & Ahmad, 2023).

Berkembangnya era yang terus berganti membuat aktivitas berbelanja dan perilaku konsumsi tidak lagi dilakukan untuk membeli barang-barang dengan kebermanfaat tinggi dan jelas wujud fisiknya seperti makanan, pakaian, dan barang-barang elektronik, namun demikian kini mulai merambah kepada barang-barang yang wujud fisiknya tidak nampak (virtual) seperti perilaku top up game online (Ambarwati, 2014).

Hal ini bisa terjadi karena rendahnya kapasitas literasi keuangan mahasiswa, yang dimana mahasiwa dimemiliki berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi sebagai kebutuhan utama untuk kuliah dan untuk kebutuhan sehari-hari. Namun kenyataannya, sebagaian besar dari mahasiswa membelanjakan uang mereka untuk hal-hal yang tidak mereka butuhkan (Nasution et al., 2020). Margaretha dan Pambudhi (2015) menjelaskan pengetahuan tentang keuangan sangat penting bagi individu, agar tidak salah mengambil keputusan di kemudian hari. Oleh karena itu sangat perlu pengetahuan untuk mengelola keuangan dengan baik. Sedangkan menurut (Rani et al., 2019) diketahui bahwa pengetahuan keuangan, perencanaan keuangan dan pengendalian diri juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

Literasi keuangan merupakan suatu hal yang seharusnya menjadi kebutuhan dasar tiap-tiap individu atau masyarakat dalam mengelola keuangan (Titik Ulfatun, 2016). Hal ini terjadi dikarenakan apabila terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan maka akan

meninbulkan masalah dalam keuangan, contohnya kesulitan ekonomi. Kesulitan ekonomi tidak hanya disebabkan oleh pengaruh pendapatan , namun juga bisa disebabkan oleh kesalahan dalam pengelolaan keuangan (Titik Ulfatun, 2016). Oleh karena itu, literasi keuangan penting bagi masyarakat agar terhindar dari masalah keuangan.

Menurut Amstrong & Kotler (2014), keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2008), terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk yaitu: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Pada sisi lain, kecanduan game online adalah situasi di mana individu merasa sulit untuk mengalihkan perhatian dari permainan dan mengalami ketidaknyamanan jika tidak bermain. Dalam era ekonomi digital, terdapat perilaku konsumtif yang dipicu oleh faktor keinginan yang lebih mendominasi daripada kebutuhan. Konsumsi berlebihan sering disebabkan oleh hasrat dan kesenangan semata, serta pengaruh terhadap individu dalam memenuhi kebutuhannya (Chita et al., 2015).

Pada sisi lain, literasi digital juga berperan penting dalam menentukan sejauh mana seseorang dapat memanfaatkan teknologi digital dengan baik. (Putri et al., 2022) mengungkapkan bahwa literasi digital mencakup kemahiran untuk memahami, menilai dan mengelola data serta transaksi secara efektif di lingkungan digital. Dalam melakukan top up game online literasi digital membantu pemain mengenali nilai ekonomi dari item virtual, memahami konsekuensi keuangan dari pembelian impulsif, serta melindungi diri dari resiko keamanan seperti pencurian identitas atau penipuan.

Berdasarkan pengamatan tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah literasi keuangan dan literasi digital terhadap perilaku impulsif top up game online pada mahasiswa. Dengan harapan, penelitian ini dapat Menyediakan pemahaman tentang pentingnya pengembangan literasi keuangan serta literasi digital dalam perilaku impulsif dan dampaknya terhadap pengeluaran mahasiswa dalam melakukan top up game online.

Metodologi

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk menganalisis hubungan antara literasi keuangan, literasi digital, dan perilaku top up game online di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa aktif yang pernah melakukan top up game online. Kuesioner ini berisi pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mengukur tingkat literasi keuangan dan literasi digital responden, serta frekuensi perilaku top up yang mereka lakukan dalam permainan online. Teknik analisis data yang digunakan mencakup analisis regresi linier berganda untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Selanjutnya, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik untuk menghasilkan interpretasi yang valid. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana literasi keuangan dan digital mempengaruhi perilaku impulsif dalam melakukan top up game online. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada strategi edukasi dan pengembangan literasi keuangan di kalangan generasi muda, serta memberikan wawasan bagi lembaga pendidikan dalam mengembangkan kebijakan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi dan pengelolaan keuangan.

Hasil dan Pembahasan

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa akktif Universitas Teknologi Sumbawa yang pernah melakukan top up pada game online dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Karakteristik responden dikelompokkan menurut nama, nim, prodi dan pernah melakukan top up pada game online.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji yang digunakan dalam menentukan normalitas yaitu *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan apabila signifikan >0.050 / 5% maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* tes*t* :

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,72465261
Most Extreme Differences	Absolute		,075
	Positive		,052
	Negative		-,075
Test Statistic			,075
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			,178
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		,172
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,162
		Upper Bound	,182

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji normlaitas pada tabel diatas, diperoleh nilai nilai sig. (α) uji normalitas sebesar 0.172 > 0.050. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan bahwa tidak terdapat hubungan multikolinearitas yang kuat antara variabel independen. Uji ini dilakukan dengan memeriksa nilai *Tolerance* dan VIF / *Variance Inflation Factor*. Jika nilai VIF lebih kecil atau sama dengan 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar atau sama dengan 0.1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

		Collinearity Statistic	
	Model	**Tolerance**	**VIF**
1	Literasi keuangan (X1)	0.947	1.055
	Literasi Digital (X2)	0.947	1.055

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang terdapat pada tabel, diperoleh nilai *tolerance* X1 sebesar 0.947 dan X2 sebesar 0.947. Semua nilai *tolerance* kedua variabel independent tersebut berada dibawah atau sama dengan satu. Selain itu, hasil perhitungan VIF / *Variance Inflation Factor* juga menunjukkan nilai yang cukup rendah, yaitu 1.055 untuk literrasi keuangan (X1) dan 1.055 untuk literasi digital (X2). Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskdastisitas diterapkan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varians residual dalam model regresi. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Spearman rho,* dimana gangguan heteroskedastisitas tidak akan terjadi apabila setiap variabel independen memiliki nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0.05 / > 0.05 .Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Literasi Keuangan	Literasi Digital	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Literasi Keuangan	Correlation Coefficient	1,000	,060	-,097
		Sig. (2-tailed)	.	,553	,338
		N	100	100	100
	Literasi Digital	Correlation Coefficient	,060	1,000	,090
		Sig. (2-tailed)	,553	.	,373
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,097	,090	1,000
		Sig. (2-tailed)	,338	,373	.
		N	100	100	100

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel X1 dan X2 diatas 0.05 maka kesimpulannya tidak terjadi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12,712	3,313		-3,836	<,001
	Literasi Keuangan	,867	,114	,571	7,612	<,001
	Literasi Digital	,326	,085	,288	3,845	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Top up Game Online

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Impulsif top up game online

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, menunjukkan besaran koefisien regresi variabel literasi keuangan bertanda positif, yaitu sebesar 0.867. Nilai positif dalam konteks ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka semakin meningkat pula pembelian impulsif top up game online pada mahasiswa universitas teknologi sumbawa.

Penelitian ini mendapatkan jika literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku top- up dalam game online. Maksudnya, orang dengan tingkatan literasi keuangan yang lebih besar cenderung selalu menerapkan pembelian impulsif top- up dalam game online. Penelitian ini sejalan dengan riset yang dicoba (Fauzi & Sulistyowati, 2022) yang menampilkan jika literasi keuangan mempengaruhi positif signifikan terhadap sikap konsumtif pada pemain permainan online Call of Duty Mobile. Riset ini menegaskan bahwa penjelasan yang baik tentang literasi keuangan bisa mendesak orang buat lebih yakin dalam mengelola pengeluaran guna hiburan digital, termasuk top-up permainan online. Namun terdapat penelitian dengan hasil berbeda, penelitian oleh (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Milenial di Kota Bandung.

Menurut teori Adiktif Behavior (Marlatt, Baer, 1998), perilaku adiktif ditandai dengan adanya dorongan kuat untuk melakukan suatu tindakan secara berulang meskipun individu menyadari dampak negatifnya. Dalam top-up game online, perilaku ini dapat berkembang menjadi kebiasaan yang sulit dihentikan akibat adanya kombinasi faktor psikologis, emosional, dan ekonomi. Game online sering kali dirancang dengan sistem reward, limited-time offers, dan mekanisme gamifikasi lainnya yang mendorong pemain untuk terus bertransaksi demi memperoleh kepuasan instan. Meskipun seseorang memiliki literasi keuangan yang tinggi, dorongan emosional dan tekanan sosial dalam game dapat mengarahkan mereka pada keputusan yang impulsif.

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Impulsif Top Up game Online

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel literasi keuangan bertanda positif, dengan nilai sebesar 0. 326. Nilai positif disini yang dimaksud bahwa semakin besar tingkatan literasi digital maka semakin menaikkan sikap impulsif top up permainan online pada mahasiswa universitas teknologi sumbawa.

Penelitian ini mendapatkan jika literasi digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku top- up game online. Maksudnya, orang dengan tingkatan literasi digital yang lebih besar cenderung selalu menerapkan top- up dalam game online. Perihal ini bisa diterangkan jika literasi digital mencakup uraian serta keahlian dalam menggunakan teknologi informasi serta komunikasi secara efisien, tercantum dalam melaksanakan pembelian impulsif. Temuan ini selaras dengan riset yang dilakukan oleh (Aprilya et al., 2022) yang menampilkan jika literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap sikap belanja online pada mahasiswa Universitas PGRI Madiun. Didukung dengan temuan yang dilakuakan oleh (Karimah et al., 2022) yang mengindikasikan bahwa literasi digital memengaruhi pengambilan keputusan keputusan belanja online. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa literasi digital mempengaruhi perilaku konsumtif dalam lingkungan digital. Selain itu, penelitian oleh (Muttaqin et al., 2023) mengungkapkan bahwa penggunaan pembayaran digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menegaskan bahwa pemahaman yang baik tentang teknologi digital dapat mendorong individu untuk lebih percaya diri dalam bertransaksi secara online, termasuk dalam melakukan top-up game online. Namun terdapat penelitian dengan hasil berbeda, penelitian oleh (Alfiyansyah et al., 2024) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku impulsif top-up game online di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Penelitian ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan digital mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif dalam aplikasi game. Namun, ada nuansa penting yang diungkapkan dalam penelitian ini, meskipun literasi keuangan diharapkan dapat membantu individu mengelola pengeluaran mereka, dalam melakukan top up game online, literasi keuangan justru dapat meningkatkan perilaku impulsif. Ini menunjukkan bahwa faktor psikologis dan emosional yang terkait dengan lingkungan permainan berperan besar dalam pengambilan keputusan belanja impulsif. Selain itu, pengembangan literasi digital memungkinkan mahasiswa untuk lebih memahami cara kerja platform game, menilai nilai ekonomi dari item virtual, dan melindungi diri dari risiko keamanan, sehingga meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam melakukan transaksi digital. Dengan demikian, penelitian ini menyarankan perlunya strategi pendidikan yang lebih baik mengenai literasi keuangan dan digital di kalangan mahasiswa untuk membantu mereka membuat keputusan yang lebih bijak terkait pengeluaran dalam lingkungan digital.

Daftar Pustaka

Alfiyansyah, M. A., Alamsyah, S., & Tanjung, H. (2024). Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, dan Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, *5*(1), 972–979.

Alfarizi, M. K. (2019, January 18). Pemain Mobile Legends Indonesia Terbanyak di Dunia. Tempo.Co. https://tekno.tempo.co/read/1166277/pemain-mobile-legends-indonesiaterbanyak-di-dunia

Ambarwati, Y. . (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Central Asia (BCA) Tbk Cabang Undaan Surabaya. *Akrual: Jurnal Akuntansi*, *6*(1), 83–103.

Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.

Aprilya, D., Sari, N., & Belianantiya, M. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Belanja Online Pada. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, *10*, 181.

Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, *3*(1). https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124

Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, *22*(2), 129–142. https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730

Herawan, M. H., & Rachman, M. Y. (2021). Pengaruh Nilai Virtual Item Terhadap Intensi Pembelian Virtual Item dalam Game Online PUBG Mobile. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, *5*(1), 1–12. https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.207

Ho, Cheng-Hsun, and Ting-Yun Wu. "Factors affecting intent to purchase virtual goods in online games." *Int. J. Electron. Bus. Manag.* 10.3 (2012): 204-212.

Karimah, M., Nurhayati, D., & Indarti, N. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Money, Fitur Live Streaming, dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pembelanjaan Online. *Jurnal Equilibrium Nusantara*, *1*(1), 8–15. https://doi.org/10.56854/jeqn.v1i1.26

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Marketing strategy. In *London: London Business Forum*.

Muttaqin, I., Puspita, P. D., Lubis, S. H., & Nur Anganthi, N. R. (2023). Kemandirian Literasi Pada Guru Melalui Pembuatan Perpustakaan Digital Berbasis Desain. *Warta LPM*, *26*(4), 522–530. https://doi.org/10.23917/warta.v26i4.1980

Margaretha, Farah, and Reza Arief Pambudhi. "Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa S-1 fakultas ekonomi." *Jurnal manajemen dan kewirausahaan* 17.1 (2015): 76-85.

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, *7*(1), 43–53. https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528

Putri, A. D., Novita, D., & Maskar, S. (2022). Pengenalan Wawasan Bisnis Di Era Digital Bagi Siswa/I Smk Yadika Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, *3*(2), 213. https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2129

Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *JAF- Journal of Accounting and Finance*, *3*(1), 46. https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167

Rani, D., Hasibuan, E. J., & Barus, R. K. I. (2019). Dampak Game Online Mobile Legends : Bang Bang Terhadap Mahasiswa Impact Of Online Mobile Legends Game : Bang Bang For Students. *Perspektif*, *7*(1), 6–12.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta,2015

Titik Ulfatun, U. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014. *Pelita*, *XI*(2), 1–13.

Tololiu, Y. F. V., & Ahmad, M. J. (2023). Kedudukan Barang Virtual Menurut Hukum Benda Indonesia Yang Diatur Dalam Kuhperdata Buku Kedua Tentang Barang. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, *3*(2), 1448–1464.