

Lutfiah Azzahra

(1) PENGARUH PERILAKU IMPULSIF TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN GAMERS ONLINE: PERSPEKTIF A...

-  Prodi Akuntansi
-  Fak. Ekonomi & Bisnis
-  LLDIKTI IX Turnitin Consortium Part III

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3555704938

Submission Date

Apr 30, 2026, 2:13 PM GMT+7

Download Date

May 4, 2026, 2:52 PM GMT+7

File Name

Lutfiah_Azzahra-221130055-Akuntansi_- _Lutfiah_Azzahra.docx

File Size

93.5 KB

17 Pages

8,138 Words

55,317 Characters

5% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 4%  Internet sources
- 3%  Publications
- 2%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 4% Internet sources
- 3% Publications
- 2% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Publication	Rista Asmaya Sari, Rola Manjaleni. "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-...	<1%
2	Internet	repository.unissula.ac.id	<1%
3	Internet	loddosinstitute.org	<1%
4	Student papers	LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part III	<1%
5	Internet	ojs.ukipaulus.ac.id	<1%
6	Internet	ecojoin.org	<1%
7	Internet	repository.uinfabengkulu.ac.id	<1%
8	Student papers	Universitas Putera Batam	<1%
9	Internet	digilib.uin-suka.ac.id	<1%
10	Internet	jptam.org	<1%
11	Internet	jim.ar-raniry.ac.id	<1%

12	Student papers	Universitas Hayam Wuruk Perbanas	<1%
13	Internet	repository.uksw.edu	<1%
14	Internet	papers.academic-conferences.org	<1%
15	Student papers	Universitas Islam Indonesia	<1%
16	Publication	Vergio Gary, Untung Subroto. "Pengaruh Intensitas Bermain Game Online Simula...	<1%
17	Internet	eprints.stiebankbpdjateng.ac.id	<1%

PENGARUH PERILAKU IMPULSIF TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN GAMERS ONLINE: PERSPEKTIF AKUNTANSI KEUANGAN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengendalian diri, *fear of missing out* (FOMO), dan literasi keuangan terhadap karakteristik impulsif gamer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada gamer aktif, dengan total 77 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri, FOMO, dan literasi keuangan masing-masing memiliki pengaruh signifikan terhadap karakteristik impulsif gamer. Meskipun secara statistik pengendalian diri menunjukkan arah hubungan positif, secara konseptual peningkatan pengendalian diri berkaitan dengan penurunan perilaku impulsif. Sementara itu, FOMO terbukti meningkatkan kecenderungan perilaku impulsif secara signifikan. Menariknya, literasi keuangan juga menunjukkan pengaruh positif terhadap perilaku impulsif, yang merupakan temuan yang tidak sesuai dengan ekspektasi teoritis (*unexpected finding*). Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan dalam konteks tertentu dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam pengambilan keputusan finansial, sehingga tetap mendorong perilaku impulsif. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku impulsif gamer dipengaruhi oleh interaksi antara faktor psikologis dan finansial dalam lingkungan digital. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur perilaku keuangan dalam ekonomi digital, khususnya dalam konteks game online, serta memberikan implikasi praktis terkait pentingnya penguatan pengendalian diri dan regulasi emosi dalam pengambilan keputusan keuangan.

Kata kunci: Pengendalian Diri, FOMO, Literasi Keuangan, Karakteristik Impulsif Gamer

PENDAHULUAN

Industri game online di Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika yang dilaporkan oleh JawaPos (Banu Adikara, 2024), jumlah pemain game online aktif mencapai sekitar 121,7 juta pada tahun 2021. Angka tersebut melonjak menjadi 174,1 juta pada tahun 2023 dan diproyeksikan akan melampaui 191 juta pada tahun 2025, dengan mayoritas pemain mengakses game melalui ponsel pintar. Pertumbuhan pesat ini membawa dampak ganda bagi masyarakat. Dari sisi positif, bermain game online telah terbukti meningkatkan kemampuan kognitif seperti fokus, pengambilan keputusan cepat, pemecahan masalah, kerja tim, komunikasi, dan empati sosial. Namun, dari sisi negatif, bermain game secara berlebihan dapat menyebabkan kecanduan, gangguan sosial, penurunan pengendalian diri, dan manajemen keuangan yang buruk akibat perilaku impulsif. Secara fisik, sesi bermain game yang berkepanjangan dapat menyebabkan masalah postur tubuh, kelelahan mata, dan kurangnya aktivitas fisik. Secara psikologis, kecanduan game online sering dikaitkan dengan peningkatan risiko depresi, kecemasan, dan gangguan tidur. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku impulsif di kalangan gamer umumnya muncul melalui pembelian item virtual atau melakukan transaksi top-up dalam game secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Fenomena ini mencerminkan pola perilaku konsumtif yang didorong oleh impuls emosional. Sebuah studi yang dilakukan oleh Ilham dan Muhid (2022) mengungkapkan bahwa rendahnya tingkat pengendalian diri memiliki dampak yang signifikan terhadap kecenderungan untuk bertindak secara impulsif di kalangan para pemain game online. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji dampak perilaku impulsif terhadap pengelolaan keuangan terutama dari perspektif akuntansi keuangan masih sangat terbatas.

Menurut Raji dkk. (2025), impulsivitas atau perilaku impulsif mengacu pada dorongan untuk bertindak secara mendadak tanpa mempertimbangkan risiko atau konsekuensi yang mungkin timbul. Orang yang impulsif biasanya mengambil keputusan secara mendadak tanpa pertimbangan yang matang dan sering mengabaikan implikasi di masa depan. Misalnya, seseorang mungkin melakukan pembelian spontan tanpa mempertimbangkan secara logis kegunaan atau harga barang tersebut, hanya didorong oleh dorongan emosional sesaat. Dalam bidang

keuangan, manajemen keuangan mencakup tahap-tahap merencanakan, pengendalian, dan evaluasi penggunaan dana untuk mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Suprianto dkk. (2023) menjelaskan bahwa kecenderungan berperilaku impulsif berpotensi mengganggu stabilitas keuangan pribadi, terutama di kalangan kelompok yang memiliki pengetahuan keuangan terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada aspek psikologis dan pemicu perilaku impulsif, sehingga masih terdapat celah dalam mengeksplorasi dampaknya terhadap pengelolaan keuangan dari perspektif akuntansi keuangan. Mengingat situasi ini, penelitian ini dirancang untuk mengkaji hubungan antara perilaku impulsif dan pengelolaan keuangan di kalangan pemain game online, khususnya terkait aspek perencanaan dan pengendalian keuangan. Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden yang secara rutin bermain game online dan melakukan transaksi dalam game. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori akuntansi keuangan dan pola konsumsi digital, sekaligus memberikan saran praktis bagi para pemain untuk mengelola pengeluaran mereka dengan lebih bijak dan efektif.

TINJAUAN LITERATUR

Grand teori

Penelitian ini didasarkan pada pendekatan *behavioral finance* dan *behavioral accounting*, dua perspektif interdisipliner yang mengintegrasikan aspek psikologis dalam pengambilan keputusan keuangan dan akuntansi. Pendekatan ini muncul sebagai kritik terhadap teori keuangan klasik yang mengasumsikan bahwa individu selalu bertindak rasional dalam mengelola sumber daya keuangan. Secara historis, perspektif perilaku berakar pada konsep *bounded rationality* yang diperkenalkan oleh Herbert A. Simon (1955), yang menyatakan bahwa rasionalitas individu dibatasi oleh keterbatasan informasi, kapasitas kognitif, serta tekanan situasional. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih lanjut dalam ekonomi perilaku dan keuangan melalui *Prospect Theory* oleh Kahneman dan Tversky (1979), yang menjelaskan bahwa keputusan individu dalam kondisi risiko dan ketidakpastian sering kali dipengaruhi oleh bias kognitif, emosi, dan persepsi subjektif, bukan perhitungan rasional semata.

Dalam kerangka *behavioral finance*, keputusan keuangan individu seperti perilaku konsumsi dan pengendalian keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologis, termasuk emosi, pengaruh sosial, dan pengendalian diri. Perspektif ini sangat relevan dalam lingkungan digital seperti permainan online, di mana sistem monetisasi, promosi terbatas waktu, serta mekanisme perbandingan sosial menciptakan kondisi yang mendorong pengambilan keputusan yang cepat dan impulsif. Sementara itu, *behavioral accounting* menekankan bahwa proses akuntansi dan pengelolaan keuangan bukan hanya aktivitas teknis semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh perilaku manusia. Studi awal oleh Argyris (1952) dan kemudian oleh Birnberg dan Shields (1989) menunjukkan bahwa penganggaran, perencanaan keuangan, dan sistem pengendalian sangat dipengaruhi oleh sikap, motivasi, dan pengendalian diri individu. Dalam konteks keuangan pribadi, pendekatan ini memandang perencanaan dan pengendalian keuangan sebagai hasil dari interaksi antara kemampuan kognitif (literasi keuangan) dan faktor afektif (impulsivitas dan FOMO).

Perilaku impulsif mencerminkan kebiasaan individu untuk melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa menjalani evaluasi logis yang menyeluruh. Keputusan tersebut umumnya didorong oleh emosi sesaat dan rangsangan eksternal seperti promosi waktu terbatas, event khusus, atau kemudahan sistem pembayaran digital. Ramadhan dan Yusnaini (2025) menjelaskan bahwa kemudahan transaksi tanpa uang tunai telah meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif dengan mengurangi "rasa sakit saat membayar" yang dialami selama pembayaran. Selain itu, bias kognitif dan kebiasaan mental akuntansi yang tidak terencana semakin memperkuat perilaku konsumtif ini. Penelitian yang dimuat dalam *Frontiers in Psychology* (2022) menunjukkan bahwa penelitian yang dimuat dalam, khususnya di kalangan Generasi Z, yang sangat terlibat media digital (Lina dkk., 2022). Dalam konteks Indonesia, kaum muda sering menunjukkan kecenderungan impulsif yang dipicu oleh fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) saat menggunakan platform digital. Meskipun literasi keuangan berfungsi sebagai penekan perilaku impulsif, media sosial dan paparan promosi digital justru dapat memperkuat impuls konsumtif tersebut (Oktaviana & Irawan, 2025).

Dalam dunia game, perilaku impulsif sering terjadi ketika pemain melakukan pembelian dalam game atau top-up tanpa pertimbangan yang matang. Faktor-faktor seperti pengaruh teman sebaya, promosi waktu terbatas, dan tekanan sosial dalam komunitas game merupakan pemicu utama perilaku ini (Wang dkk., 2023). Temuan Ghaniyah dan Rufaidah (2024) juga menekankan bahwa FOMO (*Fear of Missing Out*) dan persepsi kelangkaan produk digital secara signifikan meningkatkan kemungkinan pembelian impulsif, terutama dengan

adanya sistem "bayar nanti" yang melemahkan pengendalian diri finansial individu. Sementara itu, Shao dkk. (2024) mengungkap adanya hubungan erat antara eksposur terhadap figur selebriti serta pengaruh media sosial dengan pola pembelian spontan di berbagai negara. Di luar faktor sosial, mekanisme dalam game seperti loot box dan sistem gacha semakin memperkuat perilaku impulsif. Savolainen dkk. (2024), dalam tinjauan sistematis mereka, menyatakan bahwa pengeluaran untuk *loot box* dikaitkan dengan peningkatan risiko gangguan impulsif, kecemasan, dan tekanan psikologis. Temuan serupa dilaporkan oleh Mahendra dkk. (2025) di Indonesia, menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kenikmatan berbelanja, dorongan emosional, dan kemudahan transaksi berkontribusi pada meningkatnya pembelian impulsif di kalangan pemain game perkotaan.

Secara konseptual, semakin mudahnya transaksi digital dan berkurangnya "rasa sakit saat membayar" justru memicu konsumen untuk berbelanja tanpa perencanaan. Dalam jangka panjang, perilaku tersebut menyebabkan ketidakseimbangan keuangan, karena dana yang seharusnya dialokasikan untuk tabungan atau kebutuhan jangka panjang terserap oleh konsumsi spontan. Broekhoff dan Crujisen (2024) menjelaskan bahwa literasi keuangan dan kemampuan pengendalian diri berperan sebagai faktor moderasi yang mampu menekan kecenderungan impulsif tersebut. Penelitian oleh Ilham dan Muhid (2021) mengungkapkan bahwa pengendalian diri memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku impulsif di kalangan pemain game online. Temuan ini didukung oleh Suprianto dkk. (2023) dan Putriasi & Yasa (2022), yang menemukan bahwa variabel psikologis seperti pengendalian diri, perilaku konsumtif, dan literasi keuangan sangat berkaitan dengan kemampuan pengelolaan keuangan. Semakin kuat tingkat impulsivitas seseorang, semakin rendah kemampuan mereka dalam perencanaan dan pengendalian keuangan. Sebaliknya, Meliani dkk. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan yang tinggi berkorelasi positif dengan kemampuan individu untuk mengatur keuangan dengan bijak, termasuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan finansial.

Dalam konteks akuntansi keuangan, manajemen keuangan terdiri dari dua dimensi utama: perencanaan keuangan (yang mencakup penganggaran, pencatatan, dan alokasi dana) dan pengendalian keuangan (yang melibatkan disiplin anggaran, evaluasi, dan tindakan korektif). Kerangka kerja ini selaras dengan perspektif Gitman dan Zutter (2015), yang menekankan pentingnya fungsi perencanaan dan pemantauan sebagai elemen inti manajemen keuangan. Namun, studi empiris yang secara langsung meneliti pengaruh perilaku impulsif pada kedua dimensi ini dalam konteks pemain game online masih terbatas. Perkembangan model monetisasi dalam industri game digital khususnya transaksi mikro, *loot box*, penawaran terbatas waktu, dan acara berbayar telah menciptakan lingkungan transaksional yang sangat kondusif untuk pembelian impulsif. Fitur-fitur ini menggabungkan rangsangan hedonis, kelangkaan, dan visibilitas sosial, mendorong keputusan pembelian cepat tanpa perencanaan jangka panjang. Di luar konsekuensi mikroekonominya (seperti pengeluaran berulang pemain), mekanisme monetisasi tertentu juga telah dikaitkan dengan masalah kesejahteraan (misalnya, gejala kecanduan dan perilaku seperti perjudian). Oleh karena itu, penelitian tentang faktor penentu perilaku pembelian dalam game sangat penting baik untuk literatur akademis maupun pengembangan kebijakan publik (Kim et al. 2023).

Dari perspektif perilaku konsumen, perilaku impulsif mengacu pada dorongan untuk melakukan pembelian cepat dan tidak terencana, yang didorong oleh emosi sesaat atau pengaruh eksternal. Dalam konteks gamer, hal ini sering terjadi ketika membeli item eksklusif, *top-up*, atau *loot box* waktu terbatas. Rita dkk. (2024) menjelaskan bahwa motif hedonis, tekanan sosial, dan kemudahan sistem pembayaran memperkuat kecenderungan pembelian impulsif dalam transaksi mikro. Fenomena ini konsisten di pasar global dan Indonesia, di mana urgensi untuk membeli meningkat dengan promosi waktu terbatas dan pengaruh teman sebaya dalam komunitas game. Perilaku impulsif menyebabkan individu lebih fokus pada kepuasan jangka pendek daripada tujuan keuangan jangka panjang. Dalam perencanaan keuangan, impulsivitas ini mengurangi kecenderungan seseorang untuk membuat anggaran, menetapkan prioritas, dan melakukan evaluasi keuangan yang disiplin. Lebih lanjut, impulsivitas menghambat pengendalian keuangan karena individu cenderung kesulitan menahan diri dari pembelian yang tidak direncanakan.

Fenomena *loot box* menjadi contoh konkret bagaimana impulsivitas memengaruhi perilaku keuangan digital. Zendle dan Cairns (2018) menemukan bahwa pengeluaran untuk *loot box* berkorelasi positif dengan gejala masalah perjudian. Li dkk. (2023) memperkuat temuan ini, memberikan bukti bahwa pembelian *loot box* berulang dikaitkan dengan stres finansial dan penurunan kesejahteraan psikologis, terutama di kalangan pengguna yang lebih muda. Sebuah studi tahun 2025 dari Flinders University juga menemukan hubungan antara pembelian *loot box* dan peningkatan risiko kecanduan serta masalah kesehatan mental. Beberapa kasus yang dilaporkan oleh The Guardian (Mei 2024) dan The Sun (Macaskill, 2024) menyoroti bagaimana pembelian impulsif dalam game dapat

menyebabkan kecanduan dan kerugian finansial yang serius. Laporan-laporan ini menunjukkan bahwa tanpa pengendalian diri dan manajemen keuangan yang baik, perilaku impulsif dapat meningkat menjadi masalah ekonomi dan psikologis jangka panjang.

Pengendalian keuangan melibatkan kemampuan individu untuk mengelola, memantau, dan menyesuaikan pengeluaran sesuai dengan tujuan keuangan. Faktor-faktor seperti penganggaran mental, literasi keuangan, dan pengendalian diri memainkan peran penting dalam menjaga stabilitas keuangan pribadi. Sebuah studi PLOS ONE (2023) mencatat bahwa individu dengan pengetahuan keuangan yang kuat dan kebiasaan mengkategorikan pengeluaran menunjukkan manajemen keuangan yang lebih baik dan kurang rentan terhadap dorongan perilaku konsumtif. Selain itu, penggunaan aplikasi keuangan digital yang menampilkan manajemen anggaran dan pelacakan transaksi dapat lebih meningkatkan kemampuan individu untuk menahan keinginan membeli secara impulsif.

Pengendalian Diri

Pengendalian diri (*self-control*) merujuk pada kapabilitas seseorang untuk mengendalikan pikiran, emosi, dan tindakan dalam menghadapi dorongan atau godaan guna mencapai tujuan jangka panjang. Dalam konteks game online, pengendalian diri berperan penting dalam mengendalikan keinginan melakukan pembelian impulsif seperti item berbayar atau fitur tambahan dalam permainan. Individu dengan level pengendalian diri yang baik cenderung mampu mempertimbangkan konsekuensi sebelum mengambil keputusan, sehingga lebih bijak dalam mengelola pengeluaran (Duckworth et al., 2019). Penelitian terbaru (Galla dan Duckworth, 2015; Duckworth et al., 2019) mengindikasikan bahwa pengendalian diri tidak hanya berkaitan dengan soal menolak dorongan sesaat, tetapi juga melibatkan pembentukan kebiasaan dan strategi pengelolaan perilaku. menjelaskan bahwa mereka dengan *self-control* kuat cenderung menciptakan lingkungan yang mendukung tujuan jangka panjang, sehingga mengurangi risiko paparan terhadap godaan. Dalam lingkungan game online, hal ini dapat berupa pembatasan waktu bermain atau pengaturan anggaran untuk pembelian dalam game.

Selain itu, studi oleh Inzlicht et al. (2014) yang masih relevan dalam literatur modern menjelaskan bahwa kegagalan dalam pengendalian diri lebih dipengaruhi oleh perubahan motivasi dan perhatian daripada semata-mata kelelahan mental. Pendekatan ini didukung oleh penelitian terkini yang menunjukkan bahwa faktor situasional, seperti tekanan sosial dalam game dan desain sistem reward, dapat melemahkan kontrol diri pemain dan meningkatkan kecenderungan perilaku impulsif (King dan Delfabbro, 2018). Dalam konteks perilaku digital, penelitian juga menunjukkan bahwa pengendalian diri memiliki hubungan negatif dengan perilaku adiktif dan impulsif. Penelitian yang dilakukan oleh Li et al. (2021) mengemukakan bahwa individu dengan pengendalian diri lemah lebih rawan terhadap pola konsumtif berlebihan dalam lingkungan digital, termasuk pembelian impulsif dalam game. Sebaliknya, pemain dengan pengendalian diri yang baik umumnya lebih efektif dalam membatasi pengeluaran serta mengambil pilihan yang logis. Dengan demikian, pengendalian diri menjadi kunci penting dalam menjelaskan perilaku impulsif pemain game online. Semakin tinggi tingkat pengendalian diri seseorang, semakin kecil kemungkinan individu tersebut melakukan pembelian spontan dalam permainan.

H1: Pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap sifat impulsif gamer, di mana peningkatan pengendalian diri cenderung menurunkan perilaku impulsif.

FOMO

FOMO atau *Fear of Missing Out* (rasa takut ketinggalan) adalah kondisi psikologis yang ditandai dengan kecemasan yang berasal dari rasa takut tidak berpartisipasi dalam pengalaman yang dianggap menarik oleh orang lain. Dalam permainan, FOMO seringkali dimanifestasikan melalui keinginan untuk membeli item langka atau bergabung dengan acara dalam game untuk menghindari tertinggal dari pemain lain (Nguyen, 2025). Przybylski dkk. (2013) berpendapat bahwa FOMO memiliki hubungan yang kuat dengan kecanduan digital dan pengambilan keputusan impulsif. Gamer yang mengalami FOMO lebih cenderung melakukan pembelian spontan yang tidak direncanakan yang didorong oleh impulsif emosional untuk tetap relevan dan kompetitif. Hal ini sejalan dengan Rozgonjuk dkk. (2020), yang menemukan bahwa tingkat FOMO yang lebih tinggi berkontribusi pada penurunan pengendalian diri, terutama di lingkungan digital yang serba cepat seperti game online. Studi terbaru juga menyoroti bahwa FOMO tidak hanya dipicu oleh aspek sosial tetapi juga oleh mekanisme desain game seperti hadiah waktu terbatas dan acara promosi yang meningkatkan tekanan psikologis untuk bertindak segera (King & Delfabbro, 2020). Dengan demikian, FOMO berperan sebagai pendorong utama perilaku impulsif para gamer, terutama dalam konteks pembelian digital yang didorong oleh emosi.

H2: Rasa takut ketinggalan (FOMO) memiliki pengaruh positif terhadap sikap impulsif para gamer.

4

Literasi Keuangan

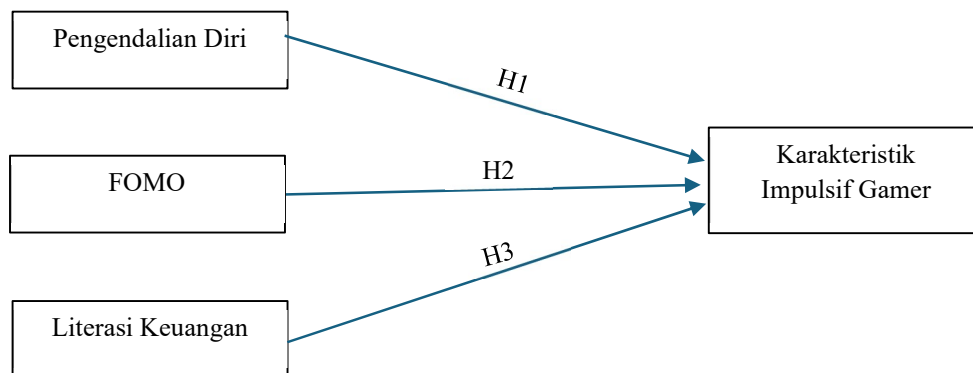
Literasi keuangan diartikan sebagai kapabilitas seseorang dalam memahami dan mengelola sumber daya keuangan secara optimal. Lusardi dan Mitchell (2014; 2020) monyoroti bahwa literasi keuangan memainkan peran krusial dalam mencegah keputusan ekonomi yang buruk, termasuk pembelian impulsif. Gamer dengan literasi keuangan kuat mampu menilai manfaat dan risiko setiap pembelian digital dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari kebiasaan konsumsi mereka. Zhao (2021), melalui meta-analisisnya, mengungkap hubungan terbalik antara pengetahuan keuangan dengan dorongan impulsif di ranah platform digital. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman keuangan seseorang, semakin rendah kecenderungan mereka untuk bertindak impulsif. Dalam konteks game online, gamer yang melek finansial lebih waspada dalam pengeluaran dalam game dan lebih mampu memisahkan antara kebutuhan dan keinginan jangka pendek. Temuan ini serupa dengan Nguyen (2025), yang menyebutkan bahwa literasi keuangan dapat berfungsi sebagai variabel mediasi utama antara FOMO dan impulsivitas. Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan dapat menjadi strategi pencegahan untuk mengurangi perilaku impulsif gamer yang didorong oleh emosi dan tekanan sosial.

H3: Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap sikap impulsif para gamer.

Sikap Impulsif Gamer

Perilaku impulsif gamer merupakan respons spontan terhadap rangsangan game yang memicu emosi positif atau tekanan sosial. Berdasarkan teori sistem ganda dalam perilaku psikologi, impulsivitas dipengaruhi oleh interaksi antara sistem kognitif rasional dan sistem afektif emosional (Zhao dkk., 2021). Ketika sistem afektif mendominasi, para gamer lebih rawan melakukan pembelian yang tidak direncanakan. King dan Delfabbro (2020) mencatat bahwa game modern dirancang untuk mengeksploitasi impulsivitas pemain melalui imbalan instan dan mekanisme kepuasan langsung. Kondisi ini semakin diperkuat oleh FOMO (*Fear of Missing Out*), tingkat pengendalian diri yang rendah, serta dinamika literasi keuangan individu, yang secara bersama-sama dapat menciptakan siklus perilaku konsumtif di kalangan gamer. Oleh karena itu, perilaku impulsif para gamer tidak hanya merupakan hasil dari dorongan emosional sesaat, tetapi merupakan konsekuensi kompleks dari interaksi faktor psikologis, sosial, dan ekonomi. Hal ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam memahami dinamika perilaku konsumen digital di era ekonomi gamifikasi.

Perilaku impulsif dalam konteks pembelian digital tidak hanya terbatas pada tindakan spontan semata, tetapi juga mencakup respons emosional serta konsekuensi yang muncul setelah keputusan pembelian dilakukan. Berdasarkan perspektif perilaku konsumen, impulsivitas dipandang sebagai fenomena multidimensional yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan perilaku. Dengan demikian, dalam penelitian ini, konstruk impulsif diukur secara komprehensif melalui indikator yang merepresentasikan tindakan pembelian spontan, reaksi emosional pasca pembelian, serta dampak finansial yang mungkin timbul akibat perilaku tersebut.



Gambar 1 Model Kerangka Teoretis

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, hubungan antara karakteristik impulsif para gamer dan aspek perilaku keuangan yaitu pengendalian diri, rasa takut ketinggalan (FOMO), serta literasi keuangan dapat digambarkan dengan jelas. Dalam tinjauan komprehensif, Duckworth dkk. (2019) mendefinisikan pengendalian diri sebagai kemampuan individu untuk mengendalikan pikiran, emosi, dan tindakan dalam menghadapi dorongan atau godaan sesaat demi mencapai tujuan jangka panjang. Definisi ini juga menekankan bahwa pengendalian diri mencakup kemampuan untuk menahan impuls serta mempertimbangkan konsekuensi sebelum mengambil keputusan. Para gamer dengan kecenderungan impulsif umumnya membuat keputusan cepat tanpa pertimbangan

jangka panjang, karena aktivitas bermain game sering melatih individu untuk merespons dengan cepat dan naluri di bawah tekanan atau ketidakpastian, seperti saat membeli barang eksklusif atau berpartisipasi dalam event waktu terbatas. Kondisi ini dapat melemahkan kemampuan pengendalian diri individu, sehingga meningkatkan kecenderungan untuk melakukan tindakan impulsif. Dengan demikian, semakin kuat tingkat pengendalian diri yang dimiliki seseorang, maka semakin kecil pula kecenderungan perilaku impulsif dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam konteks pembelian dalam game. Sebaliknya, individu dengan pengendalian diri yang kecil cenderung lebih rawan terpengaruh oleh dorongan sesaat dan tekanan situasional, sehingga lebih beresiko melakukan pembelian impulsif.

Selain itu, sifat impulsif sangat berkaitan dengan FOMO. Menurut Tanhan dkk. (2022), FOMO didefinisikan sebagai “keinginan terus-menerus untuk mengikuti kehidupan orang lain yang menarik dan gemilang melalui internet dan keadaan kecemasan yang konstan karenanya. Demikian pula, Hayran dan Anik (2021) menggambarkan FOMO sebagai kesadaran akan dikucilkan dari pengalaman dan emosi negatif yang muncul dari pengucilan tersebut. Para gamer yang terbiasa dengan sistem hadiah instan lebih rentan terhadap rasa takut kehilangan informasi atau peluang, khususnya dalam konteks keuangan digital. Elhai dkk. (2021) secara lebih rinci menguraikan bahwa orang dengan impulsivitas tinggi lebih rawan mengalami FOMO akibat desakan mental untuk ikut serta secara instan tanpa evaluasi logis. Hal ini menggarisbawahi bahwa sifat impulsif tidak hanya berdampak langsung pada kecenderungan ambil risiko, tapi juga memicu elemen psikologis seperti FOMO, yang selanjutnya mempengaruhi pola pengelolaan keuangan pribadi.

Di sisi lain, karakteristik impulsif dapat berdampak negatif pada literasi keuangan. Literasi keuangan digambarkan sebagai konsep multidimensi yang mencakup pemahaman, kemampuan, serta keyakinan diri dalam membuat keputusan keuangan yang tepat, baik di tingkat individu maupun organisasi (Rehman & Mia, 2024). Individu dengan kecenderungan impulsif sering mengabaikan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang tepat, karena impulsivitas mengurangi kualitas pengendalian keuangan akibat dorongan sesaat. Dalam kerangka ini, FOMO berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara impulsivitas dan pengendalian diri, sekaligus melemahkan literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa FOMO dapat menurunkan kemampuan individu dalam mengendalikan diri, sehingga keputusan keuangan lebih didorong oleh emosi daripada pertimbangan rasional. Dengan demikian, model konseptual menegaskan bahwa karakteristik impulsif para gamer secara signifikan memengaruhi perilaku keuangan, baik melalui jalur langsung maupun tidak langsung lewat FOMO.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan fenomena ini, studi ini bertujuan menguji dampak pengaruh perilaku impulsif terhadap manajemen keuangan pemain game online, khususnya mengenai aspek perencanaan dan pengendalian keuangan pribadi. Metode kuantitatif diterapkan, di mana pengumpulan sampel mengandalkan purposive sampling, yaitu pemilihan partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah individu yang secara aktif bermain game online minimal 3 kali dalam seminggu dan pernah melakukan pembelian dalam game (*in-game purchase*) dalam kurun waktu tertentu. Penerapan kriteria ini bertujuan memastikan responden punya latar belakang pengalaman yang sesuai dengan elemen penelitian. Kemudian Konstruk Karakteristik Impulsif Gamer diukur menggunakan beberapa indikator yang mencerminkan dimensi perilaku, emosional, dan konsekuensial dari impulsivitas. Pendekatan ini digunakan untuk menangkap impulsivitas sebagai pengalaman yang utuh dalam konteks pembelian dalam game, di mana keputusan spontan sering diikuti oleh reaksi emosional seperti penyesalan, serta potensi konsekuensi finansial. Dengan demikian, indikator yang digunakan tidak hanya merepresentasikan tindakan impulsif, tetapi juga refleksi dan dampaknya. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan Amos 22 dan SPSS 22 untuk menguji hubungan langsung antar variabel. Hasil dari studi ini diharapkan mampu memperkaya kajian akuntansi keuangan serta pola konsumsi di ranah digital, sekaligus menyuguhkan panduan praktis bagi para gamer dalam mengatur pengeluaran dengan cara yang lebih cerdas dan logis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel I. Profil Demografi dan Profesional Responden

Item Demografis	Frekuensi	Persentil %
-----------------	-----------	-------------

Usia (Tahun)		
≤ 15	5	6,5%
16 – 21	46	59,7%
22 – 30	25	32,5%
≥ 31	1	1,3%
Jenis kelamin		
Pria	13	16,9%
Perempuan	64	83,1%
Status		
Pelajar	57	74,0%
Bekerja	19	24,7%
Tidak bekerja	1	1,3%
Pendapatan Bulanan Rata-Rata		
≤ 500.000	32	41,6%
500.000 – 1.000.000	20	26,0%
1.000.000 – 2.000.000	12	15,6%
≥ 2.000.000	13	16,9%
Rata-rata Pengeluaran Dalam Game Bulanan		
≤ 100.000	45	58,4%
100,00 – 200,000	19	24,7%
200.000 – 500.000	7	9,1%
≥ 500.000	6	7,8%
Pernah Melakukan Pembelian Dalam Game		
Ya	68	88,3%
Tidak	9	11,7%

Tabel I menyajikan karakteristik demografis dan profesional responden. Temuan menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 16–21 tahun (59,7%), diikuti oleh mereka yang berusia 22–30 tahun (32,5%). Hanya sebagian kecil responden yang berusia ≤15 tahun (6,5%) dan ≥31 tahun (1,3%). Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta adalah remaja dan dewasa muda yang aktif terlibat dalam aktivitas bermain game online. Dari segi gender, responden perempuan mendominasi sampel (83,1%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 16,9%. Hal ini menunjukkan tingkat partisipasi perempuan yang cukup tinggi dalam bermain game, yang mencerminkan peningkatan inklusivitas dan popularitas bermain game di kalangan perempuan. Mengenai status pekerjaan, sebagian besar responden adalah Pelajar (74,0%), diikuti oleh mereka yang bekerja (24,7%) dan tidak bekerja (1,3%). Dominasi responden pelajar konsisten dengan profil usia, menunjukkan bahwa bermain game sangat umum di kalangan individu yang masih dalam tahap pendidikan.

Analisis pendapatan bulanan rata-rata menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpenghasilan ≤ Rp500.000 (41,6%), diikuti oleh mereka yang berpenghasilan antara Rp500.000–1.000.000 (26,0%), Rp1.000.000–2.000.000 (15,6%), dan ≥ Rp2.000.000 (16,9%). Pola ini selaras dengan profil demografis pelajar dan dewasa muda, yang umumnya memiliki pendapatan pribadi yang terbatas. Dalam hal pengeluaran rata-rata bulanan untuk bermain game, sebagian besar responden melaporkan pengeluaran ≤ Rp100.000 (58,4%), sementara 24,7% menghabiskan Rp100.000–200.000, 9,1% menghabiskan Rp200.000–500.000, dan 7,8% menghabiskan ≥ Rp500.000. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas pemain game mengeluarkan uang dalam jumlah sedang, sebagian dari mereka mengalokasikan sejumlah besar uang untuk keperluan bermain game. Terakhir, ketika ditanya tentang perilaku pembelian dalam game, 88,3% responden mengkonfirmasi bahwa mereka telah melakukan pembelian dalam game, sementara hanya 11,7% yang menyatakan bahwa mereka belum pernah melakukannya. Proporsi pembeli dalam game yang tinggi ini mendukung gagasan bahwa perilaku pengeluaran adalah aspek umum di antara para pemain game dan mungkin terkait dengan kecenderungan impulsif mereka, yang akan dieksplorasi lebih lanjut dalam analisis selanjutnya.

Tabel II. Matriks Korelasi untuk Skala Pengukuran

Konstruk	Berarti	SD	SC	FO	FL	GIC
SC	5.584	0,833	0.833			
FO	5.311	0,751	0,599**	0,751		
FL	5.555	0,823	0,856**	0,607**	0,823	
GIC	5.688	0,787	0,599**	0,568**	0,543**	0.774

Catatan: SC = Pengendalian diri; FO = FOMO; FL = Literasi Keuangan; GIC = Karakteristik Impulsif Gamer.
SD = Deviasi Standar.

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel II, semua konstruk dalam penelitian ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan satu sama lain. Rata-rata skor variabel berkisar antara 5,311 hingga 5,688, menunjukkan bahwa responden umumnya memiliki penilaian yang tinggi terhadap setiap variabel. Nilai deviasi standar (SD), yang berada antara 0,751 dan 0,833, menunjukkan tingkat variasi respons yang moderat, yang mengindikasikan bahwa persepsi peserta relatif konsisten di seluruh sampel. Hasil menunjukkan bahwa Pengendalian diri (SC) memiliki korelasi terkuat dengan Literasi Keuangan (FL) ($r = 0,856$, $p < 0,01$), diikuti oleh korelasinya dengan FOMO (FO) ($r = 0,599$, $p < 0,01$) dan Karakteristik Impulsif Gamer (GIC) ($r = 0,599$, $p < 0,01$). **Temuan ini mengindikasikan bahwa** terdapat keterkaitan antara pengendalian diri dengan peningkatan pengetahuan keuangan. Meskipun begitu, di situasi khusus seperti lingkungan game digital, seseorang masih berpotensi menampilkan tindakan impulsif saat berhadapan dengan pemicu emosional serta desakan lingkungan.

Selanjutnya, FOMO (FO) juga menunjukkan korelasi signifikan dengan Literasi Keuangan ($r = 0,607$, $p < 0,01$) dan Karakteristik Impulsif Gamer ($r = 0,568$, $p < 0,01$). Ini menunjukkan bahwa individu yang mengalami tingkat kecemasan sosial yang lebih tinggi tentang kehilangan kesempatan juga lebih cenderung menunjukkan perilaku impulsif dalam bermain game dan mungkin memiliki sikap yang berbeda terhadap keputusan keuangan yang terkait dengan aktivitas bermain game. Selain itu, korelasi antara Literasi Keuangan (FL) dan Karakteristik Impulsif Gamer (GIC) ($r = 0,543$, $p < 0,01$) juga positif dan signifikan. Ini menyiratkan bahwa individu dengan pengetahuan keuangan yang lebih baik mungkin merasa lebih percaya diri dalam membuat keputusan keuangan dalam game, berpotensi meningkatkan kecenderungan pengeluaran impulsif mereka. Secara keseluruhan, hasil korelasi menegaskan bahwa semua variabel berhubungan positif dan signifikan satu sama lain ($p < 0,01$), mendukung kerangka teoritis yang menghubungkan Pengendalian Diri, FOMO, dan Literasi Keuangan dengan Karakteristik Impulsif Gamer.

Tabel III. Hasil pengukuran

Variables Item Scales	Factor Loadings	α	CR	AVE
Pengendalian Diri		0,865	0,872	0,695
SC1: Saya mempertimbangkan ulang sebelum membeli item dalam game.	0,824			
SC2: Saya bisa menunda pembelian meskipun tergoda oleh promosi.	0,852			
SC3: Saya lebih memilih menabung daripada melakukan pembelian impulsif.	0,824			
FOMO (<i>Fear of Missing Out</i>/Takut Ketinggalan)		0,783	0,794	0,564
FO1: Saya merasa sangat ingin langsung melakukan top-up saat melihat promosi dalam game.	0,673			
FO2: Saya takut ketinggalan jika tidak bergabung dengan event pembelian dalam game.	0,761			

FO3:	Aku merasa cemas ketika teman-temanku memiliki item atau skin game yang belum kumiliki.	0,813			
Literasi Keuangan			0,910	0,913	0,678
FL1:	Saya memahami prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan.	0,791			
FL2:	Saya memahami makna dasar dari utang dan investasi.	0,874			
FL3:	Saya membuat anggaran khusus untuk pengeluaran dalam game.	0,792			
FL4:	Saya mencatat setiap pengeluaran yang terkait dengan game.	0,822			
FL5:	Saya mengalokasikan dana terkait game sesuai dengan kemampuan finansial saya.	0,834			
Karakteristik Impulsif Para Gamer			0,815	0,906	0,765
GIC2:	Saya melakukan top up di dalam game secara spontan dan tanpa perencanaan.	0,876			
GIC3:	Saya menyesal melakukan pembelian dalam game secara impulsif.	0,969			
GIC4:	Saya pernah berhutang untuk membeli item dalam game.	0,767			

Tabel III menyajikan hasil penilaian model pengukuran. Analisis dilakukan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas setiap konstruk. Temuan menunjukkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memenuhi ambang batas yang direkomendasikan untuk muatan faktor, reliabilitas, dan validitas konvergen, yang menunjukkan bahwa model pengukuran secara statistik valid dan sesuai untuk analisis struktural lebih lanjut.

1. Pengendalian Diri

Pengendalian Diri (SC) Konstruk diukur menggunakan tiga indikator (SC1–SC3) dengan *factor loadings* berkisar dari 0,824 hingga 0,852, semuanya melebihi nilai minimum yang direkomendasikan yaitu 0,70. Konstruk tersebut menunjukkan konsistensi internal yang kuat, dengan *Cronbach's Alpha* ($\alpha = 0,865$) dan *Composite Reliability* (CR = 0,872) keduanya di atas 0,70, yang menegaskan keandalan yang sangat baik. Lebih lanjut, the *Average Variance Extracted* (AVE = 0,695) melampaui ambang batas 0,50, yang menunjukkan validitas konvergen yang memuaskan.

1. FOMO (Fear of Missing Out/Takut Ketinggalan)

Rasa takut ketinggalan (FOMO) Konstruk ini terdiri dari tiga indikator (FO1–FO3) dengan *factor loadings* berkisar dari 0,673 hingga 0,813. Nilai-nilai ini menunjukkan representasi yang memadai dari konstruk tersebut. Ukuran reliabilitasnya dapat diterima, dengan $\alpha = 0,783$ dan CR = 0,794, sementara, nilai AVE (0,564) memenuhi persyaratan minimum 0,50. Dengan demikian, konstruk FOMO menunjukkan validitas dan reliabilitas.

2. Literasi Keuangan

Literasi Keuangan (FL) Konstruk diukur menggunakan lima indikator (FL1–FL5) dengan *factor loadings* antara 0,791 dan 0,874, yang semuanya melebihi nilai yang direkomendasikan yaitu 0,70. Konstruk tersebut menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik dengan $\alpha = 0,910$ dan CR = 0,913, yang menegaskan keandalannya yang tinggi. Nilai AVE (0,678) juga menunjukkan **validitas konvergen yang baik**, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara efektif mewakili konstruk Literasi Keuangan.

3. Karakteristik Impulsif Para Gamer

Konstruk Karakteristik Impulsif Gamer (GIC) awalnya diukur menggunakan empat indikator (GIC1–GIC4). Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa indikator GIC1 memiliki nilai *factor loadings* yang rendah

(0,327), berada di bawah ambang batas minimum yang direkomendasikan yaitu 0,70 (Hair et al., 2019). Oleh karena itu, indikator GIC1 dieliminasi dari model pengukuran. Setelah penghapusan GIC1, konstruk GIC diukur menggunakan tiga indikator (GIC2–GIC4) dengan factor loading yang kuat, berkisar antara 0,767 hingga 0,969. Hasil reliabilitas, dengan $\alpha = 0,815$, $CR = 0,906$, dan $AVE = 0,765$, menunjukkan reliabilitas yang baik dan validitas konvergen yang dapat diterima. Dengan demikian, konstruk karakteristik impulsif gamer dinyatakan validitas dan reliabel untuk di gunakan dalam analisis selanjutnya.

Ringkasan Penilaian Model Pengukuran

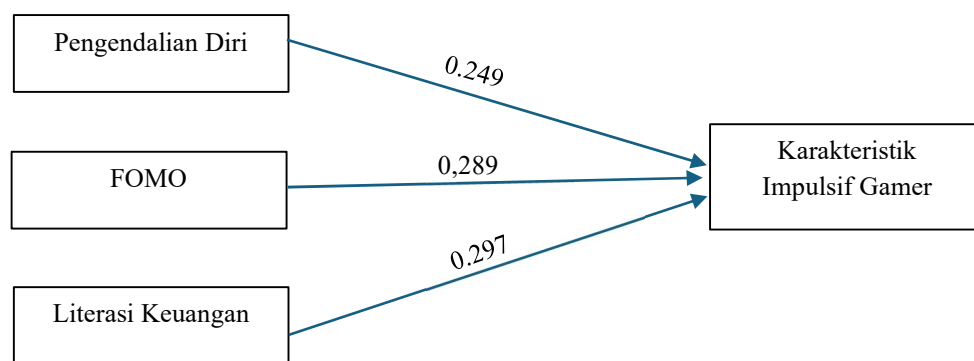
Secara umum, sebagian besar konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang direkomendasikan, termasuk *factor loadings* $\geq 0,70$, *Composite Reliability* $\geq 0,70$, dan *Average Variance Extracted* $\geq 0,50$. Namun demikian, terdapat satu indikator pada konstruk Karakteristik Impulsif Gamer (GIC1) yang memiliki factor loading rendah (0,327), sehingga dilakukan modifikasi model melalui penghapusan indikator yang tidak memenuhi standar. Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas model pengukuran dan memastikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk secara optimal.

Tabel IV. Kriteria dan Hasil Kesesuaian Model

Note: Kesesuaian model menunjukkan hasil yang baik ($\chi^2/df = 3.631$, $GFI = 0.951$, $TLI = 0.956$, $CFI = 0.952$, IFI

Hypothes	Symbol	Path		Coefficients (β)	S.E	C.R (t-value)	p-value	Result
H1	γ_{11}	Risk Tolerance	→ Gamers Impulsive Attitude	0.249	0,082	3,036	0,002	Supported
H2	γ_{21}	FOMO	→ Gamers Impulsive Attitude	0.289	0,079	3,658	***	Supported
H3	γ_{12}	Finansial Literacy	→ Gamers Impulsive Attitude	0.297	0,085	3,494	***	Supported

= 0.951, RMSEA = 0.046). Nilai koefisien merupakan *standardized estimates*. Signifikansi ditunjukkan oleh p-value: $p < 0.05$ (*), $p < 0.01$ (**), dan $p < 0.001$ (***)



Gambar 2. Model Teoritis dengan Koefisien

Hasil analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), seperti yang ditunjukkan pada Tabel IV setelah dilakukan modifikasi model melalui penghapusan indikator yang tidak memenuhi kriteria, menunjukkan bahwa model yang diusulkan menunjukkan kesesuaian yang sangat baik dengan data. Indeks kesesuaian berada dalam ambang batas yang dapat diterima yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2019): $\chi^2/df = 3,631$ ($< 5,0$), $GFI = 0,951$ ($> 0,90$), $TLI = 0,956$ ($> 0,90$), $CFI = 0,952$ ($> 0,90$), $IFI = 0,951$ ($> 0,90$), dan $RMSEA = 0,046$ ($< 0,08$). Nilai-nilai ini menegaskan bahwa model pengukuran dan struktural sesuai dan secara statistik tepat untuk pengujian hipotesis.

Hasil Uji hipotesis mengonfirmasi bahwa semua hubungan yang diusulkan antar variabel signifikan dan didukung. Pengendalian Diri terhadap Sikap Impulsif Gamer menunjukkan koefisien jalur standar sebesar 0,249,

yang menyatakan pengaruh yang signifikan. Meskipun koefisien menunjukkan arah hubungan positif secara statistik, secara konseptual hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pengendalian diri cenderung berkaitan dengan penurunan perilaku impulsif. Hal ini mengindikasikan bahwa seseorang dengan tingkat pengendalian diri yang lebih kuat memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengontrol dorongan sesaat saat bermain game. *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Sikap Impulsif Gamer memiliki koefisien standar sebesar 0,289, juga signifikan, yang menyiratkan bahwa gamer yang mengalami rasa FOMO yang lebih kuat lebih cenderung bertindak impulsif selama bermain game atau aktivitas pembelian dalam game. Literasi Keuangan terhadap Sikap Impulsif Gamer menunjukkan hubungan terkuat di antara ketiga hipotesis tersebut, dengan koefisien standar sebesar 0,297, yang secara statistik signifikan. Meskipun indikator dalam konstruk impulsif mencerminkan aspek yang berbeda, seperti perilaku, respon emosional, dan konsekuensi, seluruh indikator dipertahankan karena secara teoritis merepresentasikan satu fenomena yang sama, yaitu impulsivitas dalam konteks konsumsi digital. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa impulsivitas merupakan konstruk kompleks yang tidak hanya tercermin dari tindakan, tetapi juga dari pengalaman psikologis dan dampak yang ditimbulkan. Pendekatan multidimensional ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku impulsif gamer, dibandingkan jika hanya diukur dari satu aspek perilaku saja.

Temuan ini menggambarkan bahwa pengetahuan keuangan yang lebih tinggi dapat membuat individu merasa lebih percaya diri dalam mengelola keputusan pengeluaran mereka, sehingga dalam konteks tertentu dapat berkontribusi pada perilaku impulsif dalam aktivitas bermain game. Secara keseluruhan, ketiga hipotesis (H1, H2, dan H3) didukung secara empiris, yang menegaskan bahwa Pengendalian Diri, FOMO (*Fear of Missing Out*), dan Literasi Keuangan masing-masing memiliki pengaruh signifikan terhadap Sikap Impulsif Para Gamer. Meskipun secara statistik menunjukkan arah hubungan yang positif, secara konseptual pengendalian diri tetap berperan dalam menekan perilaku impulsif, sementara FOMO dan literasi keuangan cenderung meningkatkan kecenderungan tersebut dalam konteks tertentu. Temuan ini menunjukkan adanya hasil yang tidak sepenuhnya sesuai dengan asumsi teoritis, khususnya pada hubungan antara literasi keuangan dan perilaku impulsif yang pada umumnya diasumsikan negatif. Hal ini menyiratkan bahwa dalam konteks game online, interaksi antara faktor psikologis dan finansial dapat menghasilkan perilaku yang lebih kompleks. Dengan demikian, literasi keuangan tidak selalu berfungsi sebagai faktor protektif, melainkan dapat berinteraksi dengan faktor seperti kepercayaan diri dan tekanan situasional, sehingga memengaruhi perilaku impulsif para gamer.

Diskusi

Temuan studi ini secara empiris mengonfirmasi bahwa pengendalian diri, rasa takut ketinggalan (FOMO), dan literasi keuangan secara signifikan memengaruhi sikap impulsif para pemain game. Ketiga variabel tersebut menunjukkan hubungan yang signifikan, yang mencerminkan bahwa faktor perilaku psikologis dan keuangan secara bersama-sama membentuk kecenderungan pengeluaran impulsif di kalangan pemain game online. Hasil ini memberikan perspektif komprehensif tentang bagaimana elemen kognitif, emosional, dan berbasis pengetahuan berinteraksi dalam konteks pengambilan keputusan keuangan digital.

- Pengendalian Diri dan Perilaku Impulsif Para Gamer

Hubungan antara pengendalian diri dan sikap impulsif ($\beta = 0,249$) menunjukkan bahwa pengendalian diri secara nyata memengaruhi dorongan impulsif pada gamer. Walaupun koefisien jalur menunjukkan arah positif secara statistik, secara konseptual peningkatan pengendalian diri berkaitan dengan penurunan perilaku impulsif. Ini menggarisbawahi bahwa seseorang dengan tingkat pengendalian diri yang lebih tinggi cenderung lebih efektif mengontrol dorongan untuk melakukan pembelian secara spontan dalam lingkungan permainan. Kesimpulan serupa juga didukung oleh studi Duckworth et al. (2019), yang menegaskan peran pengendalian diri dalam menyelaraskan tindakan individu dengan tujuan jangka panjang. Dalam konteks permainan digital, kemampuan ini menjadi penting karena pemain sering dihadapkan pada situasi yang mendorong respon cepat dan keputusan instan, seperti pembelian item eksklusif atau partisipasi dalam event terbatas. Namun demikian, tekanan situasional dan desain permainan yang bersifat persuasif dapat mengurangi efektivitas pengendalian diri, sehingga dalam kondisi tertentu individu tetap menunjukkan perilaku impulsif. Dengan demikian, lingkungan permainan digital dapat menciptakan kondisi di mana pengendalian diri tetap berperan penting, tetapi tidak selalu mampu sepenuhnya menahan kecenderungan impulsif, terutama ketika dipengaruhi oleh faktor emosional dan sosial seperti FOMO.

- FOMO (*Fear of Missing Out*) dan Gamer yang Impulsif

Koefisien jalur antara FOMO dan sikap impulsif ($\beta = 0,289$) adalah yang terkuat kedua, yang menegaskan bahwa kecemasan sosial dan keinginan untuk inklusi sangat mendorong perilaku keuangan impulsif di kalangan gamer. Hal ini sejalan dengan Przybylski dkk. (2013) dan Rozgonjuk dkk. (2020), yang menemukan bahwa individu yang mengalami tingkat FOMO yang tinggi lebih rentan terhadap keterlibatan digital kompulsif dan pengeluaran yang tidak direncanakan. Dalam ekosistem game, Nguyen (2025) dan King & Delfabbro (2020) mengamati bahwa promosi waktu terbatas, event musiman, dan perbandingan dengan teman memperkuat tekanan ini, yang menyebabkan urgensi untuk berbelanja dengan cepat agar tidak ketinggalan. Dalam konteks Indonesia, pola ini selaras dengan Oktaviana dan Irawan (2025), yang menyoroti bahwa perilaku yang didorong oleh FOMO sangat lazim di kalangan konsumen digital Generasi Z, khususnya di sektor hiburan online. Hasil penelitian ini lebih lanjut menunjukkan bahwa FOMO bertindak sebagai penguat emosi, memediasi hubungan antara sikap pengambilan risiko dan pembelian impulsif. Para gamer sering membenarkan pengeluaran sebagai langkah yang diperlukan untuk mempertahankan status sosial dalam kelompok mereka, bukan sebagai keputusan keuangan yang rasional, sehingga memperkuat dasar emosional dan bukan kognitif dari konsumsi.

- Literasi Keuangan dan Pengeluaran Impulsif

Menariknya, penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan secara positif dan signifikan memengaruhi sikap impulsif para gamer ($\beta = 0,297$), bertentangan dengan ekspektasi konvensional bahwa literasi yang lebih tinggi mengurangi impulsivitas. Temuan ini berbeda dari kesimpulan meta-analisis Zhao (2021) dan Lusardi & Mitchell (2020), yang menekankan hubungan negatif antara literasi keuangan dan pengambilan keputusan impulsif. Namun, kontradiksi ini dapat dijelaskan oleh kepercayaan diri finansial yang kontekstual dan spesifik domain, di mana para gamer dengan literasi keuangan moderat hingga tinggi menganggap diri mereka "terkendali," sehingga membenarkan pengeluaran diskresioner sebagai hal yang dapat dikelola. Fenomena serupa diamati oleh Broekhoff dan Crujisen (2024), yang menemukan bahwa individu yang melek finansial mungkin masih terlibat dalam pengeluaran digital impulsif jika mereka menganggap kendali keuangan mereka cukup. Dalam hal ini, literasi keuangan berfungsi kurang sebagai pengekang dan lebih sebagai peningkatan kepercayaan diri, yang mengarah pada impulsivitas yang terhitung. Temuan ini menunjukkan hubungan yang bernuansa antara pengetahuan dan perilaku, di mana literasi tidak secara otomatis berarti kehati-hatian, tetapi justru dapat meningkatkan kenyamanan seseorang dalam menghadapi risiko konsumsi digital.

Meskipun demikian, literatur secara konsisten menekankan bahwa paparan jangka panjang terhadap pengeluaran digital impulsif dapat mengikis stabilitas keuangan, bahkan di antara individu yang melek finansial (Suprianto et al., 2023; Rehman & Mia, 2024). Oleh karena itu, hasil penelitian ini menekankan perlunya program pendidikan keuangan yang tidak hanya meningkatkan pengetahuan tetapi juga menumbuhkan disiplin perilaku dan pengendalian emosi, khususnya di kalangan populasi muda yang terlibat dalam pengeluaran hiburan digital. Menariknya, hasil penelitian mengungkap bahwa literasi keuangan justru memiliki dampak positif terhadap dorongan impulsif, yang bertentangan dengan hipotesis awal dan ekspektasi teoritis yang mengasumsikan hubungan negatif. Oleh karena itu, temuan ini dikategorikan sebagai *unexpected finding*.

Secara teoritis, literasi keuangan seharusnya menekan perilaku impulsif melalui peningkatan kemampuan evaluasi dan perencanaan keuangan. Namun, dalam konteks ini, literasi keuangan justru dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam mengambil keputusan finansial, sehingga mendorong munculnya fenomena rationalized impulsivity, di mana individu tetap melakukan pembelian impulsif, namun dengan justifikasi bahwa tindakan tersebut masih berada dalam batas kemampuan finansial mereka. Dengan kata lain, literasi keuangan tidak selalu berfungsi sebagai penghambat impulsivitas, tetapi dalam beberapa konteks justru dapat meningkatkan toleransi terhadap pengeluaran yang dianggap "terkendali". Hasil tersebut dapat dijelaskan melalui konsep overconfidence dan perceived control. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri yang lebih besar dalam mengelola keuangan mereka, sehingga merasa memiliki kendali atas keputusan finansial, termasuk pengeluaran dalam game. Dari sudut pandang teoretis, temuan ini memvalidasi teori sistem ganda (Zhao et al., 2021), yang menyatakan bahwa perilaku impulsif muncul dari dominasi sistem afektif (emosional) atas sistem kognitif (rasional). Interaksi antara FOMO, pengendalian diri, dan literasi keuangan mencerminkan keseimbangan ini: sementara FOMO mengaktifkan respons emosional terhadap rangsangan permainan, pengendalian diri berperan dalam mengatur dan menahan dorongan tersebut, serta literasi keuangan memengaruhi interpretasi kognitif dari impuls tersebut. Namun, ketika pendorong afektif mendominasi, bahkan pemain game yang memiliki tingkat pengendalian diri dan literasi keuangan yang baik pun dapat tergoda untuk melakukan pembelian impulsif.

Secara praktis, studi ini memberikan wawasan bagi pendidik keuangan dan pembuat kebijakan. Meningkatnya gamifikasi konsumsi menuntut pengintegrasian pendidikan manajemen keuangan digital ke dalam kerangka literasi yang lebih luas, khususnya yang menargetkan para gamer muda. Pengembang dan regulator juga harus mempertimbangkan desain etis sistem mikrotransaksi untuk meminimalkan mekanisme eksploitatif (misalnya, hadiah waktu terbatas, sistem gacha) yang memanfaatkan impulsivitas dan tekanan sosial (Zendle & Cairns, 2019; Mahendra dkk., 2025). Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat gagasan bahwa perilaku keuangan impulsif di kalangan gamer bukan semata-mata masalah pilihan individu, tetapi merupakan hasil interaksi kompleks antara predisposisi psikologis, pengaruh sosial, dan desain platform digital. Konvergensi pengendalian diri, FOMO, dan literasi keuangan menciptakan pola perilaku multidimensional di mana kepuasan emosional seringkali mengesampingkan perencanaan keuangan rasional. Pemahaman ini berkontribusi pada wacana akademis tentang perilaku keuangan dalam ekonomi digital, menyoroti pentingnya mengintegrasikan wawasan psikologis ke dalam perspektif akuntansi keuangan.

KESIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa pengendalian diri, rasa takut ketinggalan (FOMO), dan literasi keuangan masing-masing memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap impulsif para gamer. Meskipun secara statistik menunjukkan arah hubungan yang positif, secara konseptual pengendalian diri tetap berperan krusial dalam menekan perilaku impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat pengendalian diri yang lebih tinggi cenderung lebih mampu mengontrol dorongan pembelian dalam konteks permainan. Menariknya, literasi keuangan menunjukkan hubungan positif terhadap perilaku impulsif, yang merupakan temuan yang tidak sesuai dengan ekspektasi teoritis (*unexpected finding*) yang umumnya menyatakan hubungan negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan tidak selalu berfungsi sebagai faktor protektif terhadap impulsivitas, melainkan dalam konteks tertentu dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam pengambilan keputusan finansial. Akibatnya, individu tetap melakukan pembelian impulsif dengan justifikasi bahwa tindakan tersebut masih berada dalam batas kemampuan finansial mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan impulsif di kalangan gamer online tidak hanya ditentukan oleh faktor emosional, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi antara faktor psikologis dan tingkat pemahaman keuangan individu. Pengetahuan keuangan yang lebih tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam mengatur pengelolaan keuangan, yang dalam kondisi tertentu justru mendorong perilaku pembelian impulsif yang lebih terkontrol namun tetap sering terjadi. FOMO terbukti memperkuat dorongan emosional untuk berbelanja melalui tekanan sosial dan promosi waktu terbatas dalam lingkungan game. Sementara itu, pengendalian diri berperan sebagai mekanisme internal yang membantu individu dalam mengelola dorongan tersebut, meskipun efektivitasnya dapat menurun dalam situasi yang sarat dengan rangsangan emosional dan sosial.

Dari perspektif perilaku keuangan, hasil ini menegaskan bahwa tindakan keuangan impulsif merupakan hasil interaksi antara mekanisme kognitif, afektif, dan sosial. Secara praktis, studi ini menyoroti pentingnya memperkuat edukasi manajemen keuangan digital yang tidak hanya berfokus pada peningkatan literasi keuangan, tetapi juga pada pengembangan pengendalian diri dan regulasi emosi dalam pengambilan keputusan finansial. Secara keseluruhan, studi ini berkontribusi pada pengembangan literatur mengenai perilaku keuangan dalam ekonomi digital, khususnya dalam konteks game online, di mana kepuasan emosional, pengaruh sosial, dan kemudahan transaksi digital berperan penting dalam membentuk keputusan keuangan yang bersifat impulsif.

REFERENCES

- Amponsah, E. B., Ntim, L. A., & Mensah, M. A. (2025). Influence of financial risk tolerance on investment decision-making: A conceptual analysis and future research agenda. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.51137/wrp.ijarbm.2025.eaia.45677>
- Argyris, C. (1952). *The impact of budgets on people*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 3, 10–14.
- Banu Adikara. (2024, October 24). Jumlah gamer di Indonesia terus meningkat, diperkirakan capai 192,1 juta orang di 2025, salah satu yang paling banyak adalah pemain Mobile Legends. JawaPos. <https://www.jawapos.com/hobi-kesenangan/015230108/jumlah-gamer-di-indonesia->

[terus-meningkat-diperkirakan-capai-1921-juta-orang-di-2025-salah-satu-yang-paling-banyak-adalah-pemain-mobile-legends](#)

- Birnberg, J. G., & Shields, M. D. (1989). Three decades of behavioral accounting research: A search for order. *Behavioral Research in Accounting*, 1, 23–74.
- Broekhoff, M.-C., & van der Crujisen, C. (2024). Paying in a blink of an eye: It hurts less, but you spend more. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 221, 110–133. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2024.03.017>
- Buna, N., Junaidi, J. & Rismawati, R. (2024). The influence of knowledge, religiosity, and sharia financial literacy on public interest in becoming customers in sharia banks, *Proceedings of the International Conference of Business, Education, Health, and Scien-Tech (ICBENS)*, 1(1). Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Duckworth, A. L., & Gross, J. J. (2024). Self-control. Dalam J. J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation* (3rd ed., pp. 250–255). Guilford Press.
- Duckworth, A. L., Taxer, J. L., Eskreis-Winkler, L., Galla, B. M., & Gross, J. J. (2019). Self-control and academic achievement. *Annual Review of Psychology*, 70, 373–399. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-103230>
- Elhai, J. D., Yang, H., McKay, D., & Montag, C. (2021). Fear of missing out (FOMO): A review and conceptual framework. *Current Psychology*, 40(8), 3936–3954. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Galla, B. M., & Duckworth, A. L. (2015). More than resisting temptation: Beneficial habits mediate the relationship between self-control and positive life outcomes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 109(3), 508–525. <https://doi.org/10.1037/pspp0000026>
- Ghaniyah, F., & Rufaidah, P. (2024). The Impact of Fear of Missing Out on Impulsive Buying: A Study on the Twin Date Shopee Event in Indonesia. *International Journal of Business Studies*, Vol. 8 No. 3. <https://doi.org/10.32924/ijbs.v8i3.342>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of managerial finance* (15th ed.). Pearson Education.
- Grable, J. E., & Lytton, R. H. (2019). Financial risk tolerance revisited. *Financial Services Review*, 28(3), 223–239. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)00041-4](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)00041-4)
- Hayran, C., & Anik, L. (2021). A threat to loyalty: Fear of missing out (FOMO) leads to reluctance to repeat current experiences. *Computers in Human Behavior*, 115, 106611. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232318>
- Ilham, M., & Muhid, A. (2021). Kontrol diri dan perilaku impulsif pada gamers online. *Jurnal Psikologi Terapan*, 9(2), 122–131. <https://doi.org/10.32734/psikologia.v17i2.9538>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). Video game monetization (e.g., “loot boxes”): A blueprint for practical social responsibility measures. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(4), 913–928. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-0009-3>

- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2020). Understanding in-game purchases: Impulsive spending in video games. *Computers in Human Behavior*, 110, 106386.
- Li, J., Zeng, Y., & Cao, T. (2023). Loot box purchasing behavior and gambling tendencies among youth gamers. *Computers in Human Behavior*, 138(2), 107–123.
- Lina, A., Wang, Y., & Zhang, L. (2022). Social media influence and impulsive buying behavior among Gen Z consumers. *Frontiers in Psychology*, 13, 967–980.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <http://dx.doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2020). How ordinary consumers make complex economic decisions: Financial literacy and retirement readiness. *Journal of Pension Economics and Finance*, 19(3), 423–439.
- Lyngs, U., Lukoff, K., Slovak, P., Binns, R., Slack, A., Inzlicht, M., Van Kleek, M., & Shadbolt, N. (2019). Self-control in cyberspace: Applying dual systems theory. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300361>
- Macaskill, G. (2024, April 12). Teen gambler loses £100,000 on gaming skins: A warning for parents. *The Sun*. <https://www.thesun.co.uk/money/30517781/spent-thousands-video-game-skins-debt-court/>
- Mahendra, R., Putri, S., & Kurniawan, D. (2025). Urban gamers' impulsive buying behavior in mobile microtransactions. *Journal of Consumer Studies*, 11(1), 75–89.
- May, N. (2024, March 3). How a young gamer fell into online gambling through loot boxes. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/australia-news/article/2024/sep/01/australia-online-gaming-new-laws-gambling-loot-boxes-children>
- Meliani, R., Pratama, A., & Lestari, N. (2024). Financial literacy and personal financial management among young adults. *Economic Journal of Indonesian*, 19(3), 210–222.
- Nguyen, D. N. (2025). FOMO and the impulsive purchasing behavior of young people. *European Journal of Business and Management Research*, 10(1), 88–97. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2025.10.3.2638>
- Oktaviana, D., & Irawan, H. (2025). Digital media influence on FOMO and impulsive buying behavior. *Journal of Digital Economy*, 8(2), 45–58.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putriasih, N. L. D., & Yasa, I. K. D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Gaya Hidup dan Kondisi Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Studi Empiris terhadap Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 15(2), 133–142. <https://doi.org/10.23887/jap.v13i3.37746>
- Rahmawati, R., Asriany, A. & Usman, H. (2024). The influence of financial literacy and lifestyle on student personal financial management, *Proceedings of the International Conference of Business, Education, Health, and Scien-Tech (ICBENS)*, 1(1). Universitas Muhammadiyah Palopo.

- Raji, P., Dinesh, K., & Sharma, R. (2025). Inside the impulsive brain: A narrative review on the role of neurobiological, hormonal and genetic factors influencing impulsivity in psychiatric disorders. *The Egyptian Journal of Neurology, Psychiatry and Neurosurgery*, 61(4), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s41983-024-00930-9>
- Ramadhan, R., & Yusnaini, E. (2025). Kemudahan transaksi digital dan perilaku impulsif konsumen di era cashless society. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 27(1), 50–63. <https://doi.org/10.29259/ja.v19i1>
- Rehman, A., & Mia, L. (2024). Financial literacy and decision-making behavior: A systematic review. *International Journal of Financial Studies*, 12(2), 110–127. <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00365-x>
- Rita, R., Pramesti, D., & Wijaya, H. (2024). Hedonic motivation and microtransaction spending behavior among online gamers. *Journal of Marketing Research and Behavior*, 10(1), 80–97.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily life and work productivity. *Computers in Human Behavior*, 110, 106351.
- Savolainen, I., Kangas, M., & Griffiths, M. D. (2024). Loot box spending and psychological distress among gamers: A systematic review. *Journal of Gambling Studies*, 40(1), 33–48.
- Shao, J., Xu, X., & Chen, L. (2024). Celebrity endorsement, social media exposure, and impulsive buying in cross-border e-commerce. *Journal of International Marketing*, 32(2), 89–107. <https://doi.org/10.1111/ijcs.13047>
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99–118. <https://doi.org/10.2307/1884852>
- Spicer, S. G., et al. (2021). Loot boxes, problem gambling, and problem video gaming. *Addictive Behaviors*, 119, 106888. <https://doi.org/10.1177/14614448211027175>
- Suprianto, E., Rahmawati, L., & Yusuf, M. (2023). Perilaku impulsif dan pengelolaan keuangan pribadi pada masyarakat urban. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 14(3), 199–210.
- Tanhan, A., Özdemir, A., & Arslan, G. (2022). Fear of missing out (FOMO) and its association with social anxiety in online environments. *Current Psychology*, 41(4), 1815–1827. <https://doi.org/10.18863/pgy.942431>
- Thaler, R. H. (2016). *Behavioral economics: Past, present, and future*. American Economic Review, 106(7), 1577–1600.
- Wang, C., Huang, S., & Zhao, L. (2023). Peer influence and impulsive in-game purchases among online gamers. *Computers in Human Behavior*, 139(2), 104–120.
- Zendle, D., & Cairns, P. (2019). Adolescents and loot boxes: Links with problem gambling and monetary spending on video games. *Royal Society Open Science*, 6(6), 190049. <https://doi.org/10.1098/rsos.190049>
- Zendle, M., & Cairns, T. (2018). Loot box purchasing and gambling symptoms: Evidence from Australian gamers. *International Gambling Studies*, 18(3), 341–356.

Zhao, Y. (2021). A meta-analysis of online impulsive buying and the moderating effect of economic development level. *Frontiers in Psychology, 12*, 624–640. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10170-4>