

**PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE*, *MENTAL ACCOUNTING*, *IMPULSIVITY*,
DAN INTENSITAS BERMAIN TERHADAP PENGELUARAN *IN-GAME* PEMAIN
GENSHIN IMPACT DI INDONESIA**

SKRIPSI

DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA



Nama: Bernika Aulia Sabrina

NIM: 312332165

AKUNTANSI

STIE YKPN YOGYAKARTA

DESEMBER, 2025

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

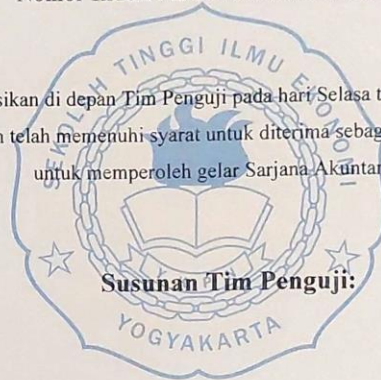
PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE*, *MENTAL ACCOUNTING*,
IMPULSIVITY, DAN INTENSITAS BERMAIN TERHADAP
PENGELUARAN *IN-GAME* PEMAIN *GENSHIN IMPACT* DI INDONESIA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

BERNIKA AULIA SABRINA

Nomor Induk Mahasiswa: 312332165

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 16 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Dra. Erlina Herowati, M.Si., Ak.

Penguji

Ika Puspita Kristianti, SE., M.Acc., Ak., CA.

Yogyakarta, 6 Januari 2026

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



Wisnu Pajogo, Dr., M.B.A.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial knowledge*, *mental accounting*, impulsivitas, dan intensitas bermain terhadap pengeluaran *in-game* pada pemain *Genshin Impact* di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner daring. Sebanyak 105 responden yang memenuhi kriteria dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS. Pengujian validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan kelayakan instrumen dan model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa impulsivitas dan intensitas bermain berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran *in-game*. Sementara itu, *financial knowledge* dan *mental accounting* tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Secara simultan, keempat variabel memberikan pengaruh signifikan dengan kemampuan model menjelaskan variabilitas pengeluaran sebesar 32,8 persen. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku pembelian digital dalam *game* lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis dan keterlibatan bermain dibandingkan pertimbangan rasional terkait literasi keuangan.

Kata kunci: *financial knowledge*, *mental accounting*, impulsivitas, intensitas bermain, pengeluaran *in-game*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of *financial knowledge*, *mental accounting*, impulsivity, and playing intensity on *in-game* spending among *Genshin Impact* players in Indonesia. The research adopts a quantitative approach using an *online* questionnaire survey. A total of 105 eligible respondents were analyzed using multiple linear regression with SPSS. Validity tests, reliability tests, and classical assumption tests were conducted to ensure the appropriateness of the instruments and model.

The results show that impulsivity and playing intensity have a positive and significant effect on *in-game* spending. Meanwhile, *financial knowledge* and *mental accounting* do not have a significant influence. Simultaneously, the four variables significantly affect *in-game* spending, with the model explaining 32.8 percent of the variance. These findings indicate that digital purchasing behavior in *games* is more strongly driven by psychological factors and engagement levels rather than rational considerations related to financial literacy.

Keywords: *financial knowledge*, *mental accounting*, impulsivity, gaming intensity, *in-game* spending.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri *game online* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan. Peningkatan penetrasi internet, perluasan jaringan seluler, serta semakin terjangkaunya perangkat *smartphone* dan komputer mendorong masyarakat dari berbagai kalangan untuk mengakses hiburan digital dengan lebih mudah. Transformasi digital yang terjadi secara luas juga mengubah pola konsumsi hiburan, dari yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi berbasis daring (*online*). Dalam konteks ini, *game online* tidak lagi sekadar sarana rekreasi, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat *modern*, khususnya generasi muda.

Salah satu model bisnis yang banyak digunakan dalam industri *game* saat ini adalah model *free-to-play*, yaitu permainan yang dapat diunduh dan dimainkan secara gratis, namun menyediakan berbagai fitur tambahan yang dapat dibeli melalui mekanisme *microtransaction*. Melalui sistem ini, pemain tidak diwajibkan membayar di awal, tetapi didorong untuk melakukan pembelian item virtual, karakter, kostum, atau berbagai sumber daya dalam permainan guna meningkatkan pengalaman bermain. Strategi ini terbukti efektif karena memberikan fleksibilitas kepada pemain sekaligus

membuka peluang pendapatan berkelanjutan bagi pengembang *game*.

Salah satu contoh *game* yang sukses menerapkan model tersebut adalah *Genshin Impact*. *Game* ini memiliki basis pemain yang besar di Indonesia dan menawarkan sistem *gacha*, yaitu mekanisme undian virtual untuk memperoleh karakter atau item tertentu dengan tingkat probabilitas tertentu. Sistem ini bersifat acak (*randomized*), sehingga pemain sering kali perlu melakukan pembelian

berulang untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Kondisi tersebut berpotensi mendorong terjadinya pengeluaran *in-game* secara terus-menerus, baik dalam jumlah kecil maupun besar, tergantung pada preferensi dan kemampuan finansial masing-masing pemain.

Fenomena pengeluaran *in-game* ini tidak hanya dapat dipahami sebagai bentuk konsumsi hiburan semata, tetapi juga sebagai cerminan perilaku keuangan individu dalam lingkungan digital. Dalam perspektif akuntansi perilaku dan keuangan perilaku, keputusan finansial seseorang tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional semata. Individu sering kali dipengaruhi oleh faktor psikologis, emosi, kebiasaan, serta persepsi subjektif terhadap nilai dan manfaat suatu pengeluaran. Dengan demikian, keputusan untuk melakukan pembelian item

PENDAHULUAN

virtual dalam *game* dapat mencerminkan bagaimana individu mengelola, memaknai, dan mengendalikan keuangannya.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang dianggap relevan untuk menjelaskan perilaku pengeluaran *in-game*. *Financial knowledge* atau pengetahuan keuangan merepresentasikan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar pengelolaan keuangan, seperti penganggaran, pengendalian pengeluaran, serta perencanaan keuangan. Individu dengan tingkat pengetahuan keuangan yang baik secara teoritis diharapkan lebih mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum melakukan pengeluaran, termasuk dalam konteks hiburan digital.

Selain itu, konsep mental accounting menjelaskan bagaimana individu secara kognitif mengelompokkan dan mengalokasikan uang ke dalam “pos-pos” tertentu di dalam pikirannya. Seseorang mungkin memisahkan anggaran untuk kebutuhan pokok, tabungan, dan hiburan. Dalam konteks *game online*, pemain bisa saja menganggap pengeluaran untuk *game* sebagai bagian dari anggaran hiburan, sehingga keputusan pembelian dipengaruhi oleh cara mereka mengkategorikan uang tersebut.

Di sisi lain, faktor psikologis juga memainkan peran penting. Impulsivitas

menggambarkan kecenderungan individu untuk mengambil keputusan secara cepat tanpa pertimbangan matang, yang dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian spontan dalam *game*. Intensitas bermain, yang mencerminkan seberapa sering dan seberapa lama seseorang terlibat dalam permainan, juga dapat memperkuat keterikatan emosional terhadap *game* tersebut. Semakin tinggi intensitas bermain, semakin besar pula peluang individu untuk melakukan pembelian guna meningkatkan performa atau kepuasan bermain.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengeluaran digital. Sebagian penelitian menemukan bahwa literasi keuangan mampu menekan perilaku konsumtif, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa faktor psikologis sering kali lebih dominan dalam konteks konsumsi hiburan digital. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku pengeluaran *in-game* merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh interaksi berbagai faktor rasional maupun nonrasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *financial knowledge*, mental accounting, impulsivitas, dan intensitas bermain terhadap pengeluaran *in-game* pada

PENDAHULUAN

pemain *Genshin Impact* di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian akuntansi dan keuangan perilaku di era digital, serta memberikan implikasi praktis bagi pemain, pendidik, dan pihak terkait dalam meningkatkan kesadaran terhadap pengelolaan keuangan pada aktivitas hiburan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel secara terukur dan objektif. Metode yang digunakan adalah metode survei, yaitu pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh data dalam jumlah yang cukup serta menganalisisnya secara statistik untuk menarik kesimpulan yang akurat.

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner daring (*online*) yang disebarakan kepada pemain *Genshin Impact* yang pernah melakukan pembelian item atau fitur dalam permainan (*in-game purchase*). Pemilihan responden menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105 responden yang memenuhi kriteria tersebut.

Variabel yang diteliti meliputi *financial knowledge*, *mental accounting*, impulsivitas, intensitas bermain, serta pengeluaran in-game. Masing-masing variabel diukur menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5, di mana responden diminta untuk menunjukkan tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan

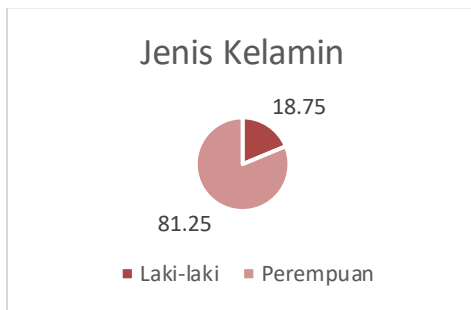
yang diberikan. Skala ini digunakan karena mampu mengukur sikap, persepsi, dan kecenderungan perilaku responden secara sistematis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Selain itu, juga dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas agar hasil analisis memenuhi persyaratan model regresi yang baik dan dapat dipercaya.

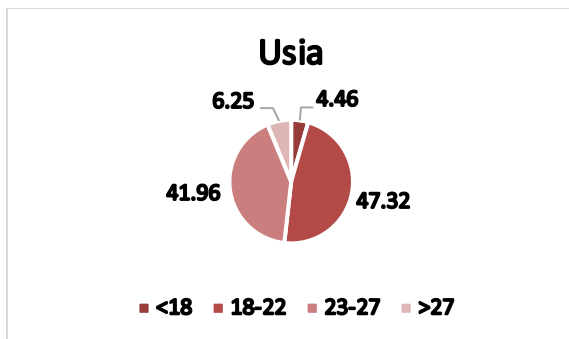
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran umum responden memaparkan karakteristik peserta untuk memahami profil pemain yang melakukan pengeluaran *in-game* dan kesesuaiannya dengan tujuan penelitian. Dari 112 responden, 105 memenuhi kriteria dan dipilih secara purposive, yaitu pernah melakukan pembelian *in-game* minimal satu kali.



Mayoritas responden adalah perempuan (81,25%), menunjukkan bahwa pengeluaran *in-game* juga signifikan terjadi pada pemain perempuan, khususnya pada *game* bergenre anime seperti *Genshin Impact*.

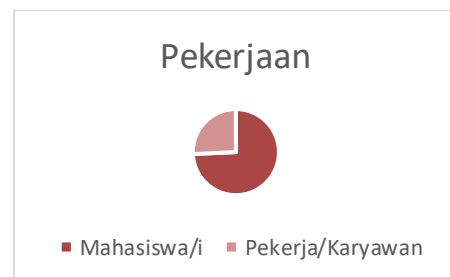


Mayoritas responden berusia 18–22 tahun (47,32%) dan 23–27 tahun (41,96%), menunjukkan dominasi generasi muda yang

aktif menggunakan teknologi digital dan rentan terhadap pembelian impulsif dalam *game*. Responden di bawah 18 tahun (4,46%) dan di atas 27 tahun (6,25%) relatif sedikit. Hal ini menegaskan bahwa pemain *Genshin Impact* di Indonesia didominasi usia mahasiswa dan *fresh graduate*.

Responden juga berasal dari berbagai wilayah di Indonesia, sehingga sampel merepresentasikan pemain secara nasional dan tidak terbatas pada kota besar.

Penelitian mengelompokkan responden berdasarkan status aktivitas, yaitu 74,28% mahasiswa/siswi dan 25,72% pekerja/karyawan. Mahasiswa umumnya memiliki pendapatan terbatas tetapi tetap melakukan pengeluaran *in-game* karena faktor hiburan atau dorongan pribadi, sedangkan responden yang bekerja memiliki pendapatan lebih stabil sehingga berpotensi melakukan top-up lebih besar. Perbedaan ini memperkuat analisis pengaruh impulsivitas dan mental *accounting* terhadap pengeluaran.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk melihat kecenderungan umum jawaban responden pada setiap variabel. Nilai rata-rata menunjukkan tingkat perilaku atau persepsi responden terhadap pernyataan dalam kuesioner.

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Financial knowledge</i> (X1)	105	26,00	45,00	39,13	4,334
<i>Mental Accounting</i> (X2)	105	24,00	50,00	39,65	6,927
Impulsivitas (X3)	105	12,00	50,00	26,51	9,165
Intensitas Bermain (X4)	105	10,00	50,00	37,68	7,139
Pengeluaran <i>In-game</i> (Y)	105	10,00	50,00	35,86	7,036

Financial knowledge memiliki rata-rata 39,13 dengan standar deviasi 4,334, menunjukkan tingkat literasi keuangan responden relatif baik dan cukup homogen. Sebagian besar responden memahami dasar pengelolaan keuangan pribadi.

Mental Accounting memiliki rata-rata 39,65 dengan standar deviasi 6,927. Rentang nilai yang cukup lebar menunjukkan adanya variasi kemampuan responden dalam mengelola dan mengelompokkan anggaran secara mental.

Impulsivitas memiliki rata-rata 26,51 dengan standar deviasi tertinggi (9,165). Rentang nilai yang sangat lebar menunjukkan perbedaan signifikan tingkat kontrol diri antar responden, dari yang terkontrol hingga sangat impulsif.

Intensitas Bermain memiliki rata-rata 37,68 dengan standar deviasi 7,139. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden cukup aktif bermain, dengan tingkat keterlibatan yang bervariasi.

Pengeluaran *In-game* memiliki rata-rata 35,86 dengan standar deviasi 7,036. Ini menunjukkan tingkat pengeluaran yang cukup signifikan dengan variasi pola belanja antar responden.

Pada hasil uji validitas akan dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel (0,1918; n=105; $\alpha=0,05$). Hasil pengujian menunjukkan seluruh item memenuhi kriteria validitas, kecuali FK9 dan Y9 yang tidak valid sehingga

HASIL DAN PEMBAHASAN

dikeluarkan dari analisis. Setelah penghapusan tersebut, seluruh item tersisa memiliki nilai korelasi di atas 0,1918. Dengan demikian, instrumen akhir terdiri dari 48 item yang valid dan layak digunakan dalam penelitian.

V ariabel	tem	C orrected Item- Total Correlati on	tabel (n=10 5)	K eterangan
X 1 (FK)	K1	,400	,1918	alid V
	K2	,506	,1918	alid V
	K3	,460	,1918	alid V
	K4	,509	,1918	alid V
	K5	,446	,1918	alid V
	K6	,452	,1918	alid V
	K7	,399	,1918	alid V
	K8	,546	,1918	alid V
	K9	,290	,1918	idak Valid* T
	K10	,576	,1918	alid V
X 2 (MA)	A1	,557	,1918	alid V
		0		V

	A2	,398	,1918	alid
	A3	,387	,1918	alid V
	A4	,570	,1918	alid V
	A5	,514	,1918	alid V
	A6	,524	,1918	alid V
	A7	,465	,1918	alid V
	A8	,591	,1918	alid V
	A9	,338	,1918	alid V
	A10	,449	,1918	alid V
X 3 (IM)	M1	,645	,1918	alid V
	M2	,683	,1918	alid V
	M3	,634	,1918	alid V
	M4	,443	,1918	alid V
	M5	,628	,1918	alid V
	M6	,585	,1918	alid V
	M7	,730	,1918	alid V
	M8	,701	,1918	alid V
		0		V

HASIL DAN PEMBAHASAN

	M9	,632	,1918	alid	
	M10	,475	,1918	alid	V
X	4(INT)	0			V
	NT1	,471	,1918	alid	
	NT2	,416	,1918	alid	V
	NT3	,471	,1918	alid	V
	NT4	,603	,1918	alid	V
	NT5	,579	,1918	alid	V
	NT6	,411	,1918	alid	V
	NT7	,611	,1918	alid	V
	NT8	,670	,1918	alid	V
	NT9	,614	,1918	alid	V
	NT10	,468	,1918	alid	V
Y	1	,375	,1918	alid	V
	2	,595	,1918	alid	V

	3	,548	,1918	alid	V
	4	,499	,1918	alid	V
	5	,603	,1918	alid	V
	6	,517	,1918	alid	V
	7	,515	,1918	alid	V
	8	,489	,1918	alid	V
	9	,168	,1918	idak Valid*	T
	10	,580	,1918	alid	V

Berdasarkan uji reliabilitas, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 sehingga dinyatakan reliabel. Variabel Impulsivitas memiliki nilai tertinggi ($\alpha = 0,884$), dan seluruh instrumen konsisten dalam mengukur variabel penelitian.

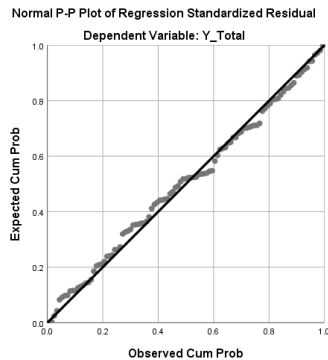
Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
<i>Financial knowledge</i> (X1)	0,771	9	Reliabel
Mental Accounting (X2)	0,800	10	Reliabel
Impulsivitas (X3)	0,884	10	Reliabel
Intensitas Bermain (X4)	0,833	10	Reliabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengeluaran <i>In-game</i> (Y)	0,818	9	Reliabel
--------------------------------	-------	---	----------

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi syarat statistik.

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*.



Titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga residual terdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi. Model regresi layak digunakan untuk prediksi.

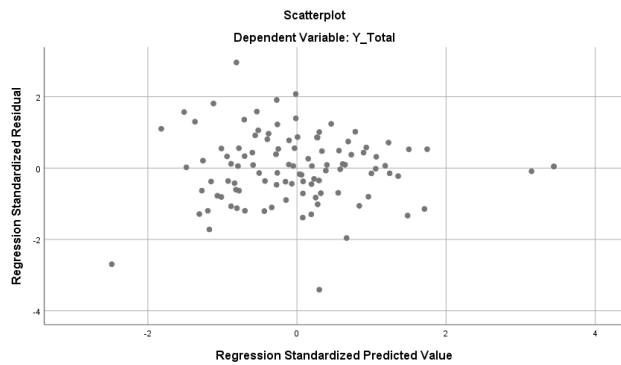
Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model yang baik tidak mengandung multikolinearitas, dengan kriteria *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

Variabel	Toleranc e	VIF	Interpretasi
X1 (<i>Financial Accounting</i>)	0,805	1,242	Tidak ada kolinearitas ✓
X2 (<i>Mental Accounting</i>)	0,649	1,540	Tidak ada kolinearitas ✓
X3 (<i>Impulsivity</i>)	0,760	1,316	Tidak ada kolinearitas ✓
X4 (Intensitas Bermain)	0,896	1,116	Tidak ada kolinearitas ✓

Seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Artinya, setiap variabel memberikan informasi yang unik dan model layak digunakan.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan varians residual dalam model regresi. Model yang baik tidak mengalami heteroskedastisitas, dan pada penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan *Scatterplot*.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Titik-titik data menyebar secara acak di sekitar angka 0 tanpa membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas serta layak digunakan. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh *Financial knowledge* (X1), *Mental Accounting* (X2), *Impulsivitas* (X3), dan *Intensitas Bermain* (X4) terhadap *Pengeluaran In-game* (Y).

Model	Unstand ardized Coefficie nts		Standa rdized Coeffici ents	T	Si g.
	B	St d. Err or	Beta		
(Const ant)	7,678	6,5 63		1,1 70	0,2 45
<i>Financ ial knowle dge</i>	0,081	0,1 48	0,050	0,5 45	0,5 87

(X1)					
Mental <i>Accou nting</i> (X2)	0,134	0,1 03	0,132	1,2 93	0,1 99
Impuls ivitas (X3)	0,376	0,0 72	0,490	5,2 07	0,0 00
Intensi tas Berma in (X4)	0,259	0,0 85	0,262	3,0 30	0,0 03

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 7,678 + 0,081X_1 + 0,134X_2 + 0,376X_3 + 0,259X_4 + e$$

Nilai konstanta sebesar 7,678 menunjukkan bahwa ketika seluruh variabel independen bernilai nol, maka pengeluaran *in-game* berada pada angka 7,678. Koefisien regresi menunjukkan arah hubungan positif pada seluruh variabel. *Impulsivitas* (0,376) memiliki koefisien terbesar, diikuti *intensitas bermain* (0,259), *mental accounting* (0,134), dan *financial knowledge* (0,081).

Uji t (Pengaruh Parsial)

Berdasarkan uji t dengan tingkat signifikansi 0,05, diketahui bahwa *Financial knowledge* (sig. 0,587) dan *Mental Accounting* (sig. 0,199) tidak berpengaruh signifikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

terhadap pengeluaran *in-game*. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan maupun pengelompokan anggaran hiburan tidak secara langsung menentukan keputusan pembelian dalam *game*.

Sebaliknya, Impulsivitas (sig. 0,000) dan Intensitas Bermain (sig. 0,003) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran *in-game*. Impulsivitas menjadi faktor paling dominan, yang menandakan bahwa kecenderungan pembelian spontan dan tingginya keterlibatan bermain mendorong peningkatan pengeluaran pemain.

Uji F (Pengaruh Simultan)

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga seluruh variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran *in-game*. Dengan demikian, model penelitian dinyatakan layak dan mampu menjelaskan variasi pengeluaran pemain.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1686,832	4	421,708	12,181	0,000
Residual	3462,025	10	34,620		
Total	5148,857	10			

Hs: *Financial knowledge*, *Mental Accounting*, Impulsivitas, dan Intensitas Bermain secara

simultan berpengaruh terhadap Pengeluaran *In-game*.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 12,181 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_s diterima. Artinya, *Financial knowledge*, *Mental Accounting*, Impulsivitas, dan Intensitas Bermain secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pengeluaran *In-game*.

Meskipun tidak seluruh variabel berpengaruh secara parsial, secara simultan keempat variabel tersebut mampu menjelaskan variasi pengeluaran pemain dalam *game*. Dengan demikian, model penelitian dinilai layak untuk memprediksi perilaku pengeluaran *in-game*.

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,572	0,328	0,301	5,884

Nilai R Square 0,328 menunjukkan bahwa 32,8% variasi Pengeluaran *In-game* dijelaskan oleh variabel penelitian, sedangkan 67,2% dipengaruhi faktor lain di luar model.

Nilai Adjusted R Square 0,301 menunjukkan kemampuan prediksi model tetap stabil dan tergolong moderat. Faktor lain

HASIL DAN PEMBAHASAN

yang mungkin berpengaruh meliputi pendapatan, pengaruh teman, strategi monetisasi, serta faktor kepribadian dan emosional.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial knowledge* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran *in-game*. Artinya, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan seperti penganggaran dan perencanaan belum tentu membuat pemain membatasi pengeluaran dalam *game*. Meskipun secara teori literasi keuangan mendukung keputusan yang rasional, dalam konteks hiburan digital keputusan pembelian lebih sering didasarkan pada kenyamanan dan pengalaman bermain daripada pertimbangan finansial semata.

Demikian pula, mental *accounting* tidak terbukti berpengaruh signifikan. Walaupun pemain cenderung mengalokasikan dana khusus untuk hiburan, mekanisme seperti event terbatas dan sistem gacha dapat mendorong pengeluaran di luar perencanaan awal. Hal ini menunjukkan bahwa pengelompokan dana secara mental belum tentu efektif dalam mengendalikan pengeluaran aktual dalam *game*.

Sebaliknya, impulsivitas terbukti berpengaruh signifikan dan menjadi faktor paling dominan terhadap pengeluaran *in-*

game. Semakin tinggi tingkat impulsivitas pemain, semakin besar kecenderungan mereka melakukan pembelian. Sistem gacha, hadiah acak, serta rasa takut ketinggalan (FOMO) memperkuat dorongan impulsif tersebut.

Selain itu, intensitas bermain juga berpengaruh signifikan. Pemain yang lebih sering bermain cenderung memiliki keterikatan emosional yang lebih kuat dan lebih terdorong untuk melakukan pembelian. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor perilaku seperti impulsivitas dan intensitas bermain lebih menentukan pengeluaran *in-game* dibandingkan faktor kognitif seperti pengetahuan dan pengelolaan keuangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengeluaran *in-game* dalam permainan digital lebih banyak dipengaruhi oleh faktor perilaku dibandingkan faktor pengetahuan keuangan. Variabel *financial knowledge* dan mental accounting tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap besarnya pengeluaran. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun seseorang memiliki pemahaman mengenai pengelolaan keuangan atau mampu membagi anggaran secara mental, hal tersebut belum tentu diterapkan secara konsisten dalam konteks hiburan digital seperti pembelian item dalam *game*.

Sebaliknya, impulsivitas terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong terjadinya pengeluaran *in-game*. Individu dengan tingkat impulsivitas yang tinggi cenderung lebih mudah melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang, terutama ketika dihadapkan pada penawaran menarik, fitur terbatas waktu, atau dorongan emosional saat bermain. Selain itu, intensitas bermain juga berpengaruh signifikan. Semakin sering dan semakin lama seseorang terlibat dalam permainan, semakin besar peluang munculnya keinginan untuk melakukan

pembelian demi meningkatkan pengalaman bermain atau mencapai target tertentu dalam *game*.

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dalam *game* digital tidak sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh aspek psikologis, keterlibatan emosional, serta situasi yang muncul selama permainan berlangsung. Dengan kata lain, meskipun pengetahuan keuangan penting, faktor pengendalian diri dan kemampuan mengelola dorongan sesaat memiliki peran yang lebih besar dalam menentukan perilaku konsumsi digital.

Secara keseluruhan, pengeluaran *in-game* merupakan fenomena yang kompleks karena melibatkan kombinasi faktor psikologis, perilaku, dan situasional. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kesadaran terhadap pola konsumsi digital, penguatan kontrol diri, serta kebiasaan membuat batasan anggaran yang jelas agar pengeluaran untuk hiburan digital tetap berada dalam batas yang wajar dan tidak mengganggu kondisi keuangan secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Chaerul, A., & Triyuwono, I. (2024). Pengaruh mental *accounting* terhadap perilaku konsumtif digital pemain Genshin Impact. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 45–56.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Chen, S., & Yan, X. (2020). Factors influencing impulsive *online* purchase behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101–115.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Gathergood, J., & Weber, J. (2022). Self-control, financial behavior, and digital spending patterns. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 199, 1–15.
- Hamari, J., Hanner, N., & Koivisto, J. (2017). Service quality explains why people use freemium services. *International Journal of Information Management*, 37(1), 1449–1459.
- Hamari, J., & Keronen, L. (2017). Why do people buy virtual goods? A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 71, 59–69.
- Handojo, A., Pratama, Y., & Susanto, L. (2023). Digital spending behavior and *in-game* purchase intention among Indonesian gamers. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Konsumen*, 5(2), 120–135.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Pearson.
- Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2004). Why do people play *online games*? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management*, 41(7), 853–868.
- Huston, S. J. (2019). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.

- Kim, H., & Lee, S. (2021). Gaming behavior and in-app purchase decision: The moderating role of player involvement. *International Journal of Interactive Media*, 8(1), 25–39.
- Li, X., Chen, Y., & Zhang, H. (2023). Gaming intensity and purchase decision in mobile games: The mediating role of impulsivity. *Journal of Interactive Marketing*, 63, 102–118.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2020). The economics of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 48(2), 1–25.
- OECD. (2018). *Financial literacy and inclusion in ASEAN countries*. OECD Publishing.
- Putri, S. D., & Dewi, A. M. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif digital generasi Z di Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 12(1), 1–12.
- Rizky, N., & Dewi, F. (2024). Intensitas bermain dan pengeluaran *in-game* pada pemain *Genshin Impact* di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Digital*, 6(2), 77–85.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305–313.
- Thaler, R. H. (1985). Mental *accounting* and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199–214.
- Thaler, R. H. (2016). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. W. Norton & Company.
- AppMagic. (2023). *Mobile Game Download Statistics*. Diakses dari <https://appmagic.rocks/>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia Report*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>