

## The Influence of Financial Literacy, Financial Behavior and Mental Accounting on the Consumptive Behavior of Mobile Legends Game Players

Edelweis Az-Zahra Fadlila Khaira Sufyan Putri<sup>1\*)</sup>, Aristanti Widyaningsih<sup>2)</sup>, Budi S. Purnomo<sup>3)</sup>

<sup>1)2)3)</sup> Akuntansi, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia

<sup>\*)</sup>Correspondence Author: [edelazzahra6@upi.edu](mailto:edelazzahra6@upi.edu), Garut, Indonesia.

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v6i1.2590>

### Abstract

*In recent years, the video game industry has grown rapidly, making it one of the largest entertainment sectors globally. In 2022, the total revenue of the gaming industry reached 185 billion USD, surpassing the music and film industries. This growth is driven by various business models, including game sales, subscriptions, in-game microtransactions, and digital advertising. Consumptive behavior in online games is increasing along with the ease of digital transactions. Previous studies related to financial literacy on consumptive behavior in the context of online games are still limited so that previous studies are difficult to find. Therefore, an understanding of the factors that influence players' financial decisions is needed, especially in the context of financial literacy, financial behavior, and mental accounting. This study aims to analyze the effect of financial literacy, financial behavior, and mental accounting on the consumptive behavior of Mobile Legends game players in Generation Z in Bandung City. This study uses a quantitative method with a descriptive and verification approach. Data were collected through questionnaires distributed to respondents using a purposive sampling method, namely Mobile Legends players from Generation Z in Bandung City. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS. The results of the study indicate that financial literacy has a negative effect on consumer behavior. Meanwhile, financial behavior and mental accounting do not have a negative effect on consumer behavior.*

**Keywords:** Financial Literacy, Financial Behavior, Mental Accounting, Consumptive Behavior

### Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, industri video game telah berkembang pesat, menjadikannya salah satu sektor hiburan dengan pendapatan terbesar secara global. Pada tahun 2022, total pendapatan industri game mencapai 185 miliar USD, mengungguli industri musik dan film. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai model bisnis, termasuk penjualan game, langganan, mikrotransaksi dalam game, serta iklan digital. Perilaku konsumtif dalam game online semakin meningkat seiring dengan kemudahan transaksi digital. Penelitian-penelitian sebelumnya terkait literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam konteks game online masih sedikit sehingga penelitian terdahulu sulit untuk ditemukan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan keuangan pemain, khususnya dalam konteks literasi keuangan, perilaku keuangan, dan mental accounting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan mental accounting terhadap perilaku konsumtif pemain game Mobile Legends pada Generasi Z di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan metode purposive sampling, yaitu pemain Mobile Legends dari Generasi Z di Kota Bandung. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, perilaku keuangan dan mental accounting tidak memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Mental Accounting, Perilaku Konsumtif

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri video *game* telah berkembang pesat, menjadikannya salah satu sektor hiburan dengan pendapatan terbesar secara global. Pada tahun 2022, total pendapatan industri *game* mencapai 185 miliar USD, mengungguli industri musik dan film. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai model bisnis, termasuk penjualan *game*, langganan, mikrotransaksi dalam *game*, serta iklan digital (Das, 2023). Di tingkat nasional, Indonesia menunjukkan tren serupa dengan pertumbuhan industri *mobile game* yang signifikan. Pada tahun 2023, jumlah unduhan *game* di Indonesia mencapai lebih dari 3 miliar kali, dengan total pengeluaran konsumen mencapai 0,41 miliar USD atau sekitar Rp6,3 triliun (CNBC Indonesia, 2023). Di tingkat lokal, khususnya di Kota Bandung, fenomena ini semakin nyata dengan tingginya minat Generasi Z dalam bermain *game online* serta melakukan pembelian dalam *game*. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, mereka lebih rentan terhadap perilaku konsumtif dalam *game online*, terutama dengan adanya fitur monetisasi seperti *loot box*, *battle pass*, dan skin eksklusif.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli secara berlebihan yang lebih mengutamakan kebutuhan sekunder dan tersier daripada kebutuhan primer, sehingga mengakibatkan individu menjadi boros (Hidayah & Bowo, 2018). Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak berlebihan dalam pembelian secara tidak rasional, dengan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan (Wahyuni *et al.*, 2019). Perilaku konsumtif merupakan aktivitas konsumsi yang didorong bukan oleh kebutuhan, melainkan oleh keinginan dan semata-mata untuk memperoleh kepuasan (Dewi & Rusdarti, 2017). Pembelian item dalam *game* sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keuangan, perilaku keuangan, dan konsep *mental accounting* (Leunupun *et al.*, 2023).

Literasi keuangan diharapkan dapat membantu seseorang menghindari masalah keuangan dengan mengelola asetnya sesuai prinsip keuangan, sehingga bermanfaat baik untuk kebutuhan jangka pendek maupun jangka Panjang (Udayanthi, 2018). Perilaku keuangan seseorang mencerminkan cara mereka memanfaatkan dan mengelola sumber daya finansial, serta bagaimana mereka membuat keputusan terkait uang dan pengeluaran (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018). *Mental accounting* merupakan cara individu mengelompokkan dan mengelola anggaran mereka dalam pikiran, misalnya, memisahkan pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari, hiburan, atau Tabungan (Eldista *et al.*, 2020).

Penelitian-penelitian sebelumnya terkait literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam konteks *game online* masih sedikit sehingga penelitian terdahulu sulit untuk ditemukan. Namun peneliti melihat terdapat beberapa penelitian yang masih berhubungan atau memiliki keterkaitan seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Mawo & Thomas (2017) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pulungan & Febriaty (2018) bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lainnya dilakukan oleh Qurotaa'yun & Krisnawati (2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggen *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada *gamer* di Kota Palangka Raya. Selain itu, penelitian oleh Utomo *et al.* (2024) bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian lainnya dilakukan oleh Lestari *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian-penelitian sebelumnya terkait perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif pemain *game Mobile Legends* juga masih jarang dilakukan sehingga penelitian terdahulu sulit untuk ditemukan. Penelitian yang masih berhubungan atau memiliki keterkaitan seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Dilasari (2020) yang menunjukkan bahwa perilaku keuangan berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taneo & Data (2024) yang menunjukkan bahwa perilaku keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lainnya dilakukan oleh Ciakrawinata (2022) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin baik seseorang dalam mengelola keuangannya, semakin besar kesadaran mereka terhadap tindakan konsumtif yang dilakukan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fazly (2020) yang menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah ternyata tidak dipengaruhi oleh bagaimana mereka memahami atau menerapkan perilaku keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian-penelitian sebelumnya terkait *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif yang masih memiliki keterkaitan seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Baramuli (2024) yang menunjukkan bahwa *mental accounting* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rumbik *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa *mental accounting* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lainnya dilakukan oleh Wijayanti & Santoso (2022) bahwa *mental accounting* berpengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif di mana semakin baik seseorang dalam mengelola *mental accounting*, semakin rendah mereka terlibat dalam perilaku konsumtif.

Penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara *mental accounting* dan perilaku konsumtif jarang ditemukan. Penelitian yang masih berhubungan atau memiliki keterkaitan seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Hastari (2023) menjelaskan bahwa bahwa *mental accounting* tidak berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ceravolo *et al.* (2019) menjelaskan bahwa metode pembayaran *mobile* atau digital yang instan dan mudah, seperti penggunaan kartu kredit yang tersimpan, menciptakan jarak psikologis dari pengeluaran uang. Hal ini membuat pemain tidak sepenuhnya menyadari biaya yang dikeluarkan, sehingga *mental accounting* menjadi kurang efektif.

Meskipun banyak penelitian yang membahas literasi keuangan dan perilaku keuangan, kajian mengenai *mental accounting* dalam konteks perilaku konsumtif pemain *game online* masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif pemain *game Mobile Legends* di Kota Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam bidang *behavioral finance* serta memberikan wawasan bagi pemerintah, industri *game*, dan masyarakat dalam memahami serta mengendalikan perilaku konsumtif dalam *game online*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh melalui sumber data primer, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan informasi mengenai literasi keuangan dan faktor lainnya yang menjadi

fokus penelitian. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert, yang memungkinkan peneliti menilai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap berbagai pernyataan yang diajukan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode statistik, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Kota Bandung, dengan subjek penelitian yang difokuskan pada Generasi Z yang bermain *game Mobile Legends*. Waktu penelitian berlangsung selama periode yang telah ditentukan oleh peneliti.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Bandung, yang merupakan kelompok dengan tingkat keterlibatan tinggi dalam *game online*. Sampel ditentukan menggunakan purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria berikut: 1) Tinggal atau berdomisili di Kota Bandung. 2) Bermain *Mobile Legends* selama lebih dari satu tahun. 3) Memiliki penghasilan sendiri. 4) Berusia antara 18–28 tahun. 5) Pernah melakukan top-up dalam *game Mobile Legends*. Karena populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terbatas, peneliti menentukan jumlah minimal sampel menggunakan rumus yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2019). Metode ini digunakan untuk memastikan jumlah sampel yang diambil cukup representatif dalam memperoleh hasil penelitian yang akurat. Terdapat 210 sampel dalam penelitian ini.

### **Operasional Variabel**

Operasionalisasi variabel digunakan untuk membantu pada saat penentuan jenis, indikator atau variabel yang akan diteliti. Maka dari itu, variabel-variabel penelitian ini, terdiri dari literasi keuangan, perilaku keuangan, *mental accounting* dan perilaku konsumtif dioperasionalkan dalam bentuk tabel sebagai berikut

**Tabel 1.** Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data	No. Pernyataan
1.	Variabel Independen: Literasi Keuangan (X <sub>1</sub> )	Literasi keuangan adalah kemampuan memahami konsep keuangan, membuat keputusan keuangan yang bijak, serta merencanakan keuangan masa depan dengan percaya diri. Ini mencakup keterampilan berkomunikasi tentang isu keuangan dan mengelola keuangan pribadi secara efektif untuk mencapai kesejahteraan finansial (Fauzi & Sulistyowati, 2022).	Menurut Fauzi & Sulistyowati (2022) terdapat lima indikator dalam literasi keuangan, yaitu:  1) Pengetahuan tentang konsep keuangan 2) Kemampuan membuat keputusan tentang keuangan 3) Keyakinan untuk membuat perencanaan keuangan di masa depan 4) Keterampilan berkomunikasi tentang konsep keuangan 5) Keterampilan mengelola keuangan pribadi	Likert	1) 1, 2 2) 3, 4 3) 5 4) 6 5) 7, 8
2.	Variabel Independen: Perilaku Keuangan (X <sub>2</sub> )	Perilaku keuangan merupakan cara seseorang berperilaku dalam mengelola dan mengalokasikan pendapatan serta pengeluarannya secara nyata dalam kehidupan sehari-hari (Fauzi & Sulistyowati, 2022).	Menurut Fauzi & Sulistyowati (2022) terdapat empat indikator dalam perilaku keuangan, yaitu:  1) Perencanaan dan penganggaran keuangan 2) Menabung dan berinvestasi 3) Penggunaan dan pengeluaran uang 4) Mengevaluasi penggunaan anggaran	Likert	1) 9, 10 2) 11, 12 3) 13, 14 4) 15, 16
3.	Variabel Independen: Mental Accounting (X <sub>3</sub> )	<i>Mental accounting</i> merupakan proses mental di mana seseorang mencatat, menganalisis, dan melaporkan transaksi keuangan untuk melacak aliran uang serta mengontrol pengeluaran (Rospitadewi & Efferin, 2017).	Terdapat empat indikator yang digunakan dalam <i>mental accounting</i> (Rospitadewi & Efferin, 2017), yaitu:  1) <i>Framing Effect</i> 2) <i>Specific Account(s)</i> 3) <i>Self Control</i> 4) <i>Self Report</i>	Likert	1) 17, 18 2) 19, 20 3) 21, 22 4) 23, 24
4.	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah aktivitas mengonsumsi secara berlebihan yang tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan dan mencari kepuasan semata (Fauzi & Sulistyowati, 2022).	Fauzi & Sulistyowati (2022) menyatakan bahwa terdapat delapan indikator dalam perilaku konsumtif, yaitu:  1) Pembelian karena diimingi hadiah lain 2) Pembelian demi harga diri dan penampilan 3) Pembelian karena tertarik dengan kemasan 4) Pembelian dua atau lebih produk sejenis sama tapi merek berbeda 5) Pembelian barang mahal untuk menumbuhkan rasa percaya diri	Likert	1) 25 2) 26 3) 27 4) 28 5) 29 6) 30 7) 31 8) 32

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data	No. Pernyataan
			6) Pembelian produk berdasarkan pertimbangan harga		
			7) Pembelian suatu produk karena meniru perilaku model yang mengiklankan		
			8) Pembelian produk untuk menjaga status sosial		

### Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner digital menggunakan Google Forms, yang disebarakan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan komunitas pemain Mobile Legends. Dalam kondisi tertentu, kuesioner juga dibagikan secara langsung kepada responden.

### Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan software SmartPLS 3.0. PLS digunakan karena: 1) Memungkinkan analisis model dengan banyak variabel laten. 2) Dapat menangani masalah multikolinieritas. 3) Cocok untuk sampel kecil (30–100 kasus). 4) Tidak mensyaratkan distribusi data normal.

Metode analisis data dalam penelitian ini melibatkan statistik deskriptif untuk memahami karakteristik populasi berdasarkan data sampel. Model pengukuran (*outer model*) diuji melalui *convergent validity* (valid jika *loading factor* > 0.70 dan *AVE* > 0.5) serta *discriminant validity* (korelasi variabel dengan dirinya sendiri harus lebih besar daripada dengan variabel lain) (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan nilai  $\geq 0.7$  untuk memastikan konsistensi data. Model struktural (*inner model*) menguji hubungan antar variabel laten dengan melihat koefisien determinasi ( $R^2$ ), yang menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (kuat jika  $\geq 0.67$ , moderat 0.33, dan lemah 0.19). *Path coefficients* digunakan untuk memahami arah hubungan antar variabel, dengan nilai mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan

*Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *SmartPLS*, di mana hipotesis diterima jika  $t\text{-statistik} > t\text{-tabel}$  (1.96 untuk *two-tailed*, 1.64 untuk *one-tailed*) dan  $p\text{-value} \leq 0.05$ . Dengan metode ini, penelitian memastikan hasil yang valid, reliabel, dan mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara statistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, responden dipilih berdasarkan beberapa kriteria tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi masih aktif bermain *Mobile Legends*, berusia minimal 18 tahun, serta memiliki pengalaman melakukan top-up dalam *game*.

### Karakteristik Responden

**Tabel 2.** Karakteristik Responden

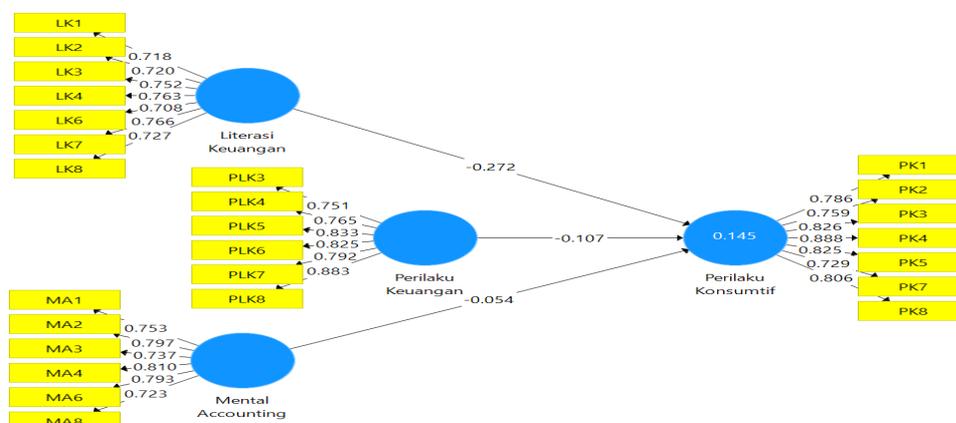
Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	46	22%
	Laki-Laki	164	78%
	<b>Jumlah</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>
Usia	< 18 Tahun	-	-
	18-25 Tahun	210	100%
	> 28 Tahun	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>
Pekerjaan	Bekerja	63	30%
	Tidak Bekerja	147	70%
	<b>Jumlah</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>
Latar belakang pendidikan	SMP-SMA/Sederajat	59	28%
	Diploma	7	3%
	S1/S2/S3	144	69%
	<b>Jumlah</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>
Lama waktu yang diluangkan untuk bermain <i>game</i> per hari	< 1 Jam	20	10%
	1-3 Jam	127	60%
	> 3 Jam	63	30%
	<b>Jumlah</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>
	< 1 Tahun	-	-

lama responden sudah bermain <i>game</i> tersebut	1-2 Tahun	21	10%
	> 2 Tahun	189	90%
<b>Jumlah</b>		<b>210</b>	<b>100%</b>
alasan bermain <i>game</i> tersebut	Hobi & Hiburan	136	65%
	Interaksi Sosial	32	15%
	Koleksi Karakter	37	18%
	Tantangan	5	2%
<b>Jumlah</b>		<b>210</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan data dari 210 responden, mayoritas pemain *game* ini adalah laki-laki, dengan jumlah 164 orang atau 78%, sedangkan perempuan hanya 46 orang atau 22%. Dari segi usia, seluruh responden berada dalam rentang 18–25 tahun. Dalam hal pekerjaan, sebagian besar responden tidak bekerja 70%, sementara 30% lainnya memiliki pekerjaan. Dari segi pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan tinggi S1/S2/S3 dengan persentase 69%, diikuti oleh lulusan SMA/ sederajat 28%, dan hanya 3% yang memiliki pendidikan diploma. Terkait waktu yang dihabiskan untuk bermain *game*, mayoritas responden bermain antara 1–3 jam per hari 60%, diikuti oleh 30% yang bermain lebih dari 3 jam, dan 10% bermain kurang dari 1 jam per hari. Dari segi pengalaman bermain, mayoritas responden telah bermain lebih dari 2 tahun 90%, sementara 10% lainnya bermain dalam rentang 1–2 tahun. Tidak ada responden yang baru bermain kurang dari 1 tahun. Alasan utama responden bermain *game* adalah untuk hobi dan hiburan 65%, diikuti oleh koleksi karakter 18%, interaksi sosial 15%, dan hanya 2% yang bermain karena tantangan.

### Hasil Analisis Data Inner Model



Gambar 1. Output Model PLS SEM Algorithm

## R Square ( $R^2$ )

$R^2$  atau Koefisien determinasi adalah ukuran yang digunakan dalam penelitian untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Jika nilainya mendekati satu, ini menunjukkan pengaruh variabel independen yang besar terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya mendekati nol, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menjadi semakin terbatas. Menurut Ghazali (2018), hasil koefisien determinasi dengan nilai 0.67 menunjukkan hubungan yang kuat, 0.33 moderat, dan 0.19 lemah.

**Tabel 3.** Hasil Uji R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Konsumtif	0.145	0.133

Sumber: Data Hasil Olah SmartPLS 3.0, 2025

Berdasarkan hasil analisis, nilai *R Square* untuk variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0.145 menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model hanya mampu menjelaskan 14.5% variasi dari perilaku konsumtif. Sisanya, yaitu 85.5%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria dalam PLS-SEM, nilai ini termasuk dalam kategori lemah ( $< 0.33$ ), yang mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang rendah terhadap variabel perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor lain yang lebih dominan dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif yang belum dimasukkan dalam model.

## Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, digunakan analisis *T-Statistics* pada uji *inner model* untuk menentukan signifikansi hubungan dalam penelitian. Nilai ini diperoleh dari output *bootstrapping*. Jika menggunakan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha 5\%$ ), maka nilai kritis untuk *T-Statistics* adalah 1,64. Ini berarti bahwa jika nilai *T-Statistics* berada dalam rentang -1.64 hingga 1.64, maka hipotesis dianggap tidak signifikan dan tidak dapat diterima. Sebaliknya, jika nilai *T-Statistics* lebih besar dari 1.64, maka hipotesis dinyatakan signifikan dan dapat diterima. Berikut adalah hasil dari pengujian *t-statistic*:

**Tabel 4. T-Statistics**

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Ket.
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.272	-0.274	0.099	2.752	0.003	Diterima
Perilaku Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.107	-0.111	0.093	1.158	0.124	Ditolak
<i>Mental Accounting</i> -> Perilaku Konsumtif	-0.054	-0.068	0.082	0.653	0.257	Ditolak
Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Ket.
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.272	-0.274	0.099	2.752	0.003	Diterima
Perilaku Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.107	-0.111	0.093	1.158	0.124	Ditolak
<i>Mental Accounting</i> -> Perilaku Konsumtif	-0.054	-0.068	0.082	0.653	0.257	Ditolak

### 1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama, literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien path menunjukkan angka sebesar -0.272 dengan *t-statistic* sebesar 2.752 ( $>1,64$ ) dan *p-value* 0,003 ( $<0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Literasi keuangan ini berperan penting dalam cara seseorang mengelola keuangannya, seperti menabung, meminjam, dan memilih investasi yang tepat (Hailwood, 2017). Penelitian ini mendukung *Theory Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh sikap, norma

subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku (Kusumojati *et al.*, 2024). Dalam konteks ini, individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki sikap yang lebih rasional terhadap pengeluaran, norma sosial yang lebih kuat dalam mengontrol pengeluaran yang tidak perlu, serta persepsi kontrol yang lebih baik dalam mengatur keuangannya. Oleh karena itu, pemain *game Mobile Legends* yang memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki niat lebih kuat untuk menghindari pembelian yang bersifat impulsif dan lebih mengutamakan keputusan finansial yang bijak. Semakin baik seseorang mengelola keuangannya, semakin baik pula perilaku finansial yang ditunjukkannya.

Mayoritas responden menunjukkan tingkat literasi keuangan yang tinggi, dengan rata-rata skor sebesar 84%. Hal ini mencerminkan pemahaman yang baik terhadap konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, serta pertimbangan manfaat dan risiko sebelum melakukan pembelian dalam *game*. Responden juga memiliki keterampilan dalam mengatur anggaran, merencanakan keuangan masa depan, dan menghindari perilaku belanja impulsif. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih baik berkontribusi pada pengambilan keputusan finansial yang lebih rasional dan bertanggung jawab, serta dapat mengurangi risiko perilaku konsumtif berlebihan, terutama dalam pengeluaran untuk kebutuhan sekunder seperti item *game*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mawo & Thomas (2017), Pulungan & Febriaty (2018), Qurotaa'yun & Krisnawati (2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, individu yang memiliki pemahaman lebih baik dalam mengelola keuangan cenderung lebih bijak dalam pengeluaran dan tidak mudah tergoda untuk melakukan pembelian impulsif. Dalam konteks penelitian ini, pemain *game Mobile Legends* yang memiliki literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih sadar akan dampak keuangan dari pembelian dalam *game*. Mereka lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta menghindari pengeluaran yang tidak perlu.

## 2. Pengaruh Perilaku Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien path sebesar -0.107 dengan *t-statistic* 1.158 (<1,64) dan *p-value* 0.124 (>0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat hubungan negatif, namun pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan. Penelitian ini masih dapat didukung oleh Teori *Behavioral Finance* yang menekankan bahwa keputusan keuangan individu tidak selalu rasional, tetapi dipengaruhi oleh faktor psikologis dan emosional (Suriani *et al.*, 2022). Dalam konteks ini, pemain *game* Mobile Legends yang memiliki pemahaman keuangan yang baik mungkin masih melakukan pembelian impulsif karena bias perilaku. Penelitian oleh Hasanah *et al.* (2022) menemukan bahwa kecenderungan *gaming disorder* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pembelian barang virtual pada pemain *game online*. Artinya, individu yang cenderung mengalami *gaming disorder* lebih intens dalam membeli berbagai perangkat *game* yang digemari, meskipun memiliki pemahaman keuangan yang baik. Dengan demikian, seseorang yang memiliki kebiasaan keuangan yang baik, faktor emosional dan psikologis yang dijelaskan dalam teori *Behavioral Finance* tetap dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.

Berdasarkan hasil analisis, rata-rata persentase skor perilaku keuangan responden dalam konteks pengeluaran di dalam *game* adalah 85%, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kebiasaan pengelolaan keuangan yang sangat baik. Responden umumnya telah menerapkan perencanaan dan pengendalian keuangan, seperti menetapkan anggaran, menyeimbangkan pengeluaran dalam *game* dengan tujuan finansial lainnya, serta menghindari pembelian impulsif. Selain itu, mereka juga cenderung melakukan evaluasi terhadap pengeluaran yang telah dilakukan. Namun, pada indikator PLK2, persentase skor hanya mencapai 77%, yang menunjukkan bahwa sebagian responden masih kurang dalam merencanakan pengeluaran sebelum membeli item dalam *game*, sehingga berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif.

Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dilasari (2020), yang menemukan bahwa perilaku keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Namun, penelitian ini mendukung temuan Fazly (2020) yang menyatakan

bahwa perilaku keuangan tidak selalu menjadi faktor utama dalam mengendalikan perilaku konsumtif seseorang. Dalam hal ini, dapat diartikan bahwa meskipun seorang pemain *game Mobile Legends* memiliki kebiasaan keuangan yang baik, seperti perencanaan dan pengelolaan anggaran, mereka tetap dapat terdorong untuk melakukan pembelian dalam *game* karena faktor lain, seperti *gaming disorder* atau ketakutan ketinggalan untuk mengikuti tren dalam komunitas *gaming*.

### 3. Pengaruh *Mental Accounting* terhadap Perilaku Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *mental accounting* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien path sebesar -0.054 dengan *t-statistic* 0.653 (<1.64) dan *p-value* 0.257 (>0.05), yang berarti bahwa *mental accounting* tidak berperan dalam mengendalikan perilaku konsumtif pemain *game Mobile Legends*. Penelitian ini masih dapat didukung oleh Teori *Mental Accounting* yang dikemukakan oleh Richard Thaler yang menjelaskan bahwa individu cenderung membagi uang mereka ke dalam kategori mental yang berbeda berdasarkan tujuan penggunaannya. Namun, dalam penelitian ini, *mental accounting* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, yang dapat dikaitkan dengan fenomena *decoupling effect*, di mana pemain *game Mobile Legends* tidak menyadari secara langsung jumlah uang yang dikeluarkan karena transaksi dilakukan secara digital (Ceravolo *et al.*, 2019). Pemain mungkin merasa bahwa pembelian dalam *game* adalah bagian dari anggaran hiburan mereka, sehingga mereka tidak mempertimbangkan dampak jangka panjangnya secara rasional. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsep *mental accounting* berlaku dalam pengelolaan keuangan individu, dalam konteks transaksi digital dan mikrotransaksi dalam *game*, efektivitasnya menjadi lebih rendah karena kurangnya kesadaran langsung terhadap pengeluaran.

Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata persentase *mental accounting* responden adalah 84%, yang menunjukkan kesadaran tinggi dalam mengelola pengeluaran untuk pembelian item dalam *game*. Responden cenderung mampu mengalokasikan dana hiburan tanpa mengganggu kebutuhan lain dan mengevaluasi kembali keputusan keuangan mereka. Namun, indikator MA7 memiliki persentase terendah (77%), yang menunjukkan bahwa beberapa responden merasa tidak nyaman jika tidak membeli item dalam *game*, sehingga dapat berpotensi menyebabkan perilaku

konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki pemahaman keuangan yang baik, faktor psikologis seperti ketakutan tertinggal tetap memengaruhi keputusan finansial mereka.

Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baramuli (2024) dan Rumbik et al. (2024), yang menemukan bahwa *mental accounting* memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Namun, penelitian ini mendukung temuan Hastari (2023) dan Ceravolo et al. (2019), yang menyatakan bahwa metode pembayaran digital dalam *game* sering kali mengurangi kesadaran pemain terhadap pengeluaran mereka, sehingga *mental accounting* menjadi kurang efektif dalam membatasi perilaku konsumtif. Dalam konteks penelitian ini, pemain *game Mobile Legends* mungkin telah mengalokasikan anggaran untuk hiburan, termasuk pembelian dalam *game*, tanpa menyadari dampak jangka panjangnya. Faktor lain seperti kemudahan transaksi dan diskon dalam *game* juga dapat membuat mereka lebih impulsif dalam melakukan pembelian.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pemain *game Mobile Legends*, yang berarti semakin baik pemahaman seseorang terhadap keuangan, semakin rendah kecenderungannya untuk berperilaku konsumtif dalam *game*. Namun, perilaku keuangan dan *mental accounting* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, menunjukkan bahwa faktor lain seperti tekanan sosial dalam komunitas *game* dan kemudahan transaksi digital masih memainkan peran dalam keputusan pembelian pemain.

Berdasarkan temuan ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan: 1) Bagi Pemerintah, diperlukan program edukasi literasi keuangan yang lebih masif di kalangan pemain *game online* agar mereka lebih bijak dalam mengelola pengeluaran dan memahami dampak dari pembelian dalam *game*. 2) Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya lebih representatif, menggunakan metode longitudinal untuk mengamati perubahan perilaku konsumtif dalam jangka waktu yang lebih panjang, serta menambahkan variabel lain seperti pengaruh sosial dan uang saku guna memahami faktor lebih kompleks yang mempengaruhi perilaku konsumtif pemain *game*.

## REFERENSI

- Anggen, F. O. S. A., Nurwati, S., & Mahrita, A. (2024). The Effect Of Financial Literacy And Income On Consumptive Behavior With Financial Behavior As An Intervening Variable On Gamers In Palangka Raya City. *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*, 5(2), 122-134.
- Ceravolo, M. G., Fabri, M., Fattobene, L., Polonara, G., & Raggetti, G. (2019). Cash, card or smartphone: the neural correlates of payment methods. *Frontiers in Neuroscience*, 13, 1188.
- Ciakrawinata, J. P. (2022). Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Behavior Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dan Alumni Uk Petra Asal Kota Tarakan. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 838-838).
- CNBC. (2024). Warga RI Habiskan Duit Segini Buat Main Game di HP, Gokil!.
- Das, K. (2023). *Gaming industry surpasses movies and music to become top entertainment sector*. BizzBuzz.
- Dilasari, D. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Life Style, Locus Of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(4), 74-87.
- Eldista, E., Sulistiyo, A. B., & Hisamuddin, N. (2020). Mental Accounting: Memaknai Kebahagiaan Dari Sisi Lain Gaya Hidup Mahasiswa Kos. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 17(2), 123-130.
- Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 129-142.
- Fazly, T. R. (2022). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

- Hastari, S. N. P. (2023). *Pengaruh Mental Accounting dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Pengendalian Diri sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Komunitas Army Salatiga)* (Doctoral dissertation).
- Kusumojati, P. P., Arief, M., & Widyaningsih, A. (2024). The influence of theory planned behavior factors on intention to whistleblowing academic fraud in accounting students. In *Proceeding International Conference on Accounting and Finance* (pp. 498-505).
- Lestari, D. S., Mutmainah, K., & Romandhon, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 4(1), 119-128.
- Leunupun, E. G., Kriswantini, D., & Kamaruddin, S. F. (2023). Mental Accounting Pada Masyarakat Desa. *KUPNA AKUNTANSI: Kumpulan Artikel Akuntansi*, 3(2), 93-97.
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163-171.
- Suriani, S., Suginam, S., & Sari, V. W. (2022). *Financial Behavior: Yayasan Kita Menulis*.
- Taneo, R. R., & Data, A. (2024). Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Behavior Terhadap Perilaku Konsumtif (Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNDANA). *Journal Economic Education, Business and Accounting*, 3(1), 210-220.
- Utomo, S. B., Hamka, H., Burhanuddin, B., Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater dan Life Style terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(2).
- Wijayanti, W., & Santoso, S. B. (2022). The Effect Of Financial Literacy, Mental Accounting And Income Level On Consumption Behavior With Gender As A Moderating Variable (Study On Millennial Generation In Banyumas Regency). In *ICBAE 2022: Proceedings of the 3rd International Conference of Business, Accounting, and Economics, ICBAE 2022, 10-11 August 2022, Purwokerto, Central Java, Indonesia* (Vol. 15, No. 13, p. 41). European Alliance for Innovation.