

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MATERIALISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF TOP UP ROBUX PADA PEMAIN GAME ROBLOX

Asyra Nuraini¹, Febbi Febrianty², Ira Mardiana³

^{1,2,3}Universitas Ekuitas Indonesia

lalaasyra19@gmail.com¹, febbyfebrianty82@gmail.com², mardianaira234@gmail.com³

Abstract

The development of digital games, particularly the Roblox platform, has led to increased Robux virtual currency purchases among the younger generation. This phenomenon has the potential to lead to consumer behavior, especially when excessive purchases are made without rational financial considerations. This study aims to analyze the influence of financial literacy and materialism on Robux top-up consumer behavior among Roblox players. The study used a quantitative approach with an associative design. Data were collected through questionnaires from 100 Roblox players who had topped up Robux, using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression after testing for validity, reliability, and classical assumptions. The results showed that financial literacy had a negative and significant effect on Robux top-up consumer behavior, meaning that the higher the financial literacy, the lower the player's consumer behavior. Conversely, materialism had a significant effect has a positive and significant effect on consumer behavior, where the higher the level of materialism, the higher the tendency for consumer behavior. Simultaneously, financial literacy and materialism significantly influence consumer behavior in Robux top-up, with a coefficient of determination of 48%. This study emphasizes the importance of improving financial literacy and controlling materialism to shape more rational digital consumption behavior among Roblox players.

Keywords: Financial Literacy, Materialism, Consumer Behavior, Robux, Roblox.

Abstrak

Perkembangan game digital, khususnya platform Roblox, mendorong meningkatnya aktivitas pembelian mata uang virtual Robux di kalangan generasi muda. Fenomena tersebut berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif, terutama ketika pembelian dilakukan secara berlebihan tanpa pertimbangan keuangan yang rasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan materialisme terhadap perilaku konsumtif top up Robux pada pemain game Roblox. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden pemain Roblox yang pernah melakukan top up Robux, dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif top up Robux, yang berarti semakin tinggi literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtif pemain. Sebaliknya, materialisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi tingkat materialisme, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif. Secara simultan, literasi keuangan dan materialisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif top up Robux dengan nilai koefisien determinasi sebesar 48%. Penelitian ini menegaskan pentingnya

peningkatan literasi keuangan serta pengendalian nilai materialisme guna membentuk perilaku konsumsi digital yang lebih rasional pada pemain game Roblox.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Materialisme, Perilaku Konsumtif, Robux, Roblox.

I. PENDAHULUAN

Roblox menjadi salah satu platform game yang mengalami peningkatan jumlah pemain yang sangat pesat, terutama di kalangan remaja dan pelajar di Indonesia. Pertumbuhan tersebut diiringi dengan meningkatnya aktivitas pembelian mata uang virtual Robux untuk memperoleh item eksklusif, mempercantik avatar, serta mendapatkan akses fitur premium di dalam permainan. Namun, fenomena ini memunculkan permasalahan baru berupa munculnya perilaku konsumtif pada pemain yang melakukan top up secara berlebihan demi memenuhi kebutuhan hiburan dan gengsi dalam lingkungan virtual. Pembelian barang virtual dalam game terbukti dapat mendorong pengeluaran yang tinggi pada remaja, terutama ketika tidak terdapat pembatasan maupun perlindungan terhadap konsumsi usia muda, sehingga meningkatkan risiko perilaku konsumtif yang berlebihan (Zou, 2023). Selain itu, kecanduan terhadap game online turut berkontribusi dalam memperkuat perilaku konsumtif, khususnya pada generasi Z, di mana pemain cenderung melakukan pembelian item virtual secara berulang tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjangnya (Khotima et al., 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian (Maharani et al., 2022) yang menyatakan bahwa remaja cenderung berperilaku konsumtif akibat pengaruh pergaulan, kondisi ekonomi, serta media informasi, termasuk dalam pembelian item digital pada game online seperti Mobile Legends dan Free Fire. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan generasi digital semakin menguat dan perlu mendapatkan perhatian lebih dalam konteks penelitian.

Perilaku konsumtif dalam melakukan top up Robux pada pemain game Roblox dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan dan tingginya nilai materialisme di kalangan pemain, khususnya generasi muda. Rendahnya literasi keuangan menyebabkan individu kurang mampu mengelola keuangan, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari pengeluaran digital, sehingga mendorong terjadinya pembelian impulsif dalam game online. Hal ini sejalan dengan penelitian Iqrom dan Nurjihadi (Nur Iqrom Pancar Gahara & Muhammad Nurjihadi, 2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku impulsif dalam melakukan top up game online, di mana semakin rendah tingkat literasi keuangan seseorang, semakin

tinggi kecenderungan pembelian digital yang tidak terkontrol. Selain itu, gaya hidup dan nilai materialisme juga berperan penting dalam memperkuat perilaku konsumtif. Penelitian Salsabila (Salsabila et al., 2024) menunjukkan bahwa materialisme dan gaya hidup konsumtif berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi Z, termasuk dalam konteks konsumsi digital. Dalam lingkungan virtual seperti Roblox, kepemilikan item eksklusif sering dipersepsikan sebagai simbol status dan sarana memperoleh pengakuan sosial. Hal ini didukung oleh Ningtyas dan Vania (Ningtyas & Vania, 2022) yang menemukan bahwa materialisme memiliki hubungan positif dengan perilaku pembelian impulsif online, terutama pada generasi muda. Dengan demikian, kombinasi antara rendahnya literasi keuangan dan tingginya materialisme menjadi faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif top up Robux pada pemain Roblox.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami dan mengendalikan perilaku konsumtif digital yang semakin berkembang pada generasi muda di era transformasi teknologi. Perilaku tersebut berkaitan erat dengan meningkatnya materialisme dan kecenderungan pembelian impulsif secara online, di mana kepemilikan barang kerap dijadikan sebagai ukuran kebahagiaan, keberhasilan, serta sarana memperoleh pengakuan sosial (Ningtyas & Vania, 2022; Verawati & Anwar, 2025). Dalam konteks permainan digital, pembelian Robux pada game Roblox yang dilakukan tanpa pertimbangan yang matang berpotensi menimbulkan pemborosan uang saku, ketergantungan konsumsi virtual, serta kebiasaan negatif dalam pengelolaan keuangan di masa depan. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional, meskipun pada praktiknya literasi keuangan belum sepenuhnya mampu menekan perilaku konsumtif digital yang bersifat impulsif (Kusumawardhani et al., n.d.). Mengingat sebagian besar pemain Roblox masih berada pada tahap perkembangan yang membutuhkan edukasi finansial, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan kajian empiris sebagai dasar dalam upaya meningkatkan literasi keuangan serta mencegah perilaku konsumtif digital yang berlebihan, sehingga dapat mendukung pembentukan perilaku konsumsi yang lebih sehat pada generasi digital.

Meskipun penelitian mengenai perilaku konsumtif dalam dunia digital semakin berkembang, kajian yang secara spesifik membahas perilaku top up Robux pada pemain game Roblox masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada perilaku konsumtif pada e-commerce, pembelian produk fisik seperti fashion atau kosmetik,

maupun top up pada game lain seperti Mobile Legends dan Free Fire. Penelitian mengenai literasi keuangan menunjukkan bahwa literasi keuangan dan literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku impulsif dalam melakukan top up game online, di mana individu yang memahami sistem transaksi digital justru cenderung lebih aktif melakukan pembelian impulsif karena meningkatnya rasa percaya diri dalam bertransaksi (Nur Iqrom Pancar Gahara & Muhammad Nurjihadi, 2025). Selain itu, penelitian terkait materialisme menemukan bahwa materialisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif item virtual dalam game online, karena kepemilikan item digital dipandang sebagai simbol status, pencapaian, dan sarana pembentukan identitas diri di lingkungan virtual (Maulana et al., 2025). Sementara itu, studi mengenai perilaku konsumtif pada generasi muda menunjukkan bahwa aktivitas top up game online banyak dipengaruhi oleh tekanan sosial, pengaruh teman sebaya, serta paparan konten digital seperti YouTuber dan influencer, yang mendorong pembelian item virtual secara emosional dan kurang rasional (Kristika et al., 2025). Namun demikian, masih sedikit penelitian yang mengkaji secara bersamaan pengaruh literasi keuangan dan materialisme dalam konteks konsumsi mata uang virtual pada satu platform game tertentu. Padahal Roblox memiliki karakteristik unik sebagai platform permainan sosial yang memungkinkan pemain membangun identitas virtual dan menciptakan ekosistem ekonomi tersendiri, sehingga potensi munculnya perilaku konsumtif menjadi lebih kompleks. Keterbatasan temuan empiris tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor psikologis dan finansial yang memengaruhi konsumsi Robux ada pemain Roblox

II. TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan untuk membuat keputusan keuangan yang rasional serta mengendalikan perilaku konsumtif. Rendahnya tingkat literasi keuangan dapat mendorong individu melakukan pembelian impulsif, khususnya dalam konsumsi digital seperti top up game online (Nur Iqrom Pancar Gahara & Muhammad Nurjihadi, 2025). Selain itu, literasi keuangan juga berperan penting dalam membantu individu mengelola pengeluaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menekan perilaku konsumtif berlebihan (Animah et al., 2025). Oleh karena

itu, literasi keuangan menjadi faktor yang relevan dalam memengaruhi perilaku konsumtif top up Robux pada pemain game Roblox.

Materialisme

Materialisme merupakan suatu nilai yang menempatkan kepemilikan sebagai pusat kehidupan, ukuran keberhasilan, dan sumber kebahagiaan individu. Dalam konteks konsumsi digital, individu dengan tingkat materialisme tinggi cenderung terdorong melakukan pembelian yang bersifat impulsif dan berlebihan, termasuk pada produk atau item virtual. Penelitian Clivynne dan Immanuel (Charles & Immanuel, 2025) membuktikan bahwa materialisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku online impulse buying pada generasi Z, sedangkan Verawati dan Anwar (Verawati & Anwar, 2025) menemukan bahwa materialisme berperan penting dalam mendorong pembelian kompulsif secara online. Oleh karena itu, materialisme menjadi landasan teori yang relevan untuk menjelaskan perilaku konsumtif top up Robux pada pemain game Roblox, di mana kepemilikan item virtual digunakan sebagai sarana memperoleh kepuasan dan pengakuan sosial.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan kebutuhan rasional, tetapi lebih didorong oleh gaya hidup dan dorongan emosional (Hikmah & Nurwidawati, n.d.). Perilaku ini sering dipengaruhi oleh persepsi harga dan faktor psikologis yang membuat seseorang mengutamakan barang yang menarik atau berstatus tinggi meskipun sebenarnya tidak diperlukan (Harris et al., 2024). Rendahnya kontrol diri dan literasi keuangan juga menjadi faktor utama yang membuat individu lebih mudah terjebak dalam perilaku konsumtif terutama saat menggunakan dompet digital dan platform belanja daring (Maryam & Rahmawati, n.d.)

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dengan desain **asosiatif** yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan materialisme terhadap perilaku konsumtif top up Robux pada pemain game Roblox. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada 100 responden yang merupakan pemain game Roblox dan pernah melakukan top up Robux. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah **purposive sampling**, dengan kriteria responden memiliki pengalaman melakukan pembelian

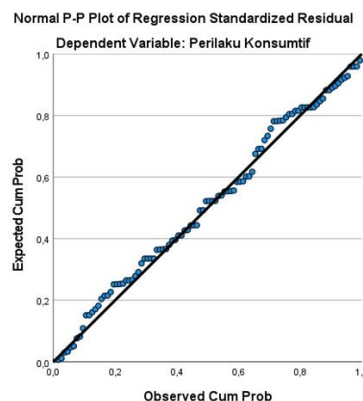
Robux. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator literasi keuangan, materialisme, dan perilaku konsumtif, serta diukur menggunakan skala Likert untuk memperoleh data yang bersifat kuantitatif.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik untuk menghasilkan interpretasi yang valid. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik, sebelum dilakukan **analisis regresi linier berganda** guna mengetahui pengaruh literasi keuangan dan materialisme baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif top up Robux. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif dalam pembelian mata uang virtual, serta menjadi dasar dalam upaya peningkatan literasi keuangan dan pengendalian perilaku konsumtif di kalangan pemain game digital

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi klasik

1. Uji normalitas



Model regresi ini dianggap memiliki distribusi normal karena titik-titik pada plot data mengikuti garis diagonal dengan baik, yang menunjukkan bahwa data sesungguhnya selaras dengan pola yang diharapkan.

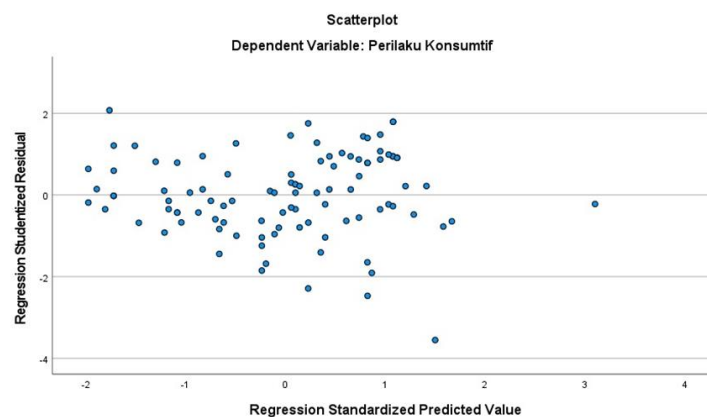
2. Uji multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,253	4,103		3,717	<,001		
	Literasi Keuangan	-,399	,136	-,221	-2,936	,004	,949	1,054
	Materialisme	,602	,074	,609	8,111	<,001	,949	1,054

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa Literasi Keuangan dan Materialisme memiliki nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10.0 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel.

3. Uji Heterokedastisitas



Dari grafik scatterplot, dapat dilihat bahwa titik-titik data tersebar secara acak serta berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu sumbu Y tanpa menunjukkan pola tertentu. Jadi dapat kami simpulkan bahwa model regresi ini bebas dari heteroscedasticity.

4. Uji Auto Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.693 ^a	.480	.470	4.972	1.553

a. Predictors: (Constant), Materialisme, Literasi Keuangan
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Nilai Durbin–Watson (DW) sebesar 1,553 pada tingkat signifikansi 5%. Jumlah sampel penelitian (n) adalah 100 dan jumlah variabel independen (k) adalah 2, sehingga diperoleh nilai $dU = 1,7152$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, diketahui bahwa $dU < d < 4 - dU$, yaitu $1,7152 < 1,553 < 2,2848$, maka hipotesis nol (H_0) diterima, yang berarti tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,253	4,103	3,717	<,001		
	Literasi Keuangan	-,399	,136	-,221	-,2936	,004	1,054
	Materialisme	,602	,074	,609	8,111	<,001	1,054

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh independen terhadap dependen.

$$Y = 15.253 + -.399 + 602$$

Analisis Koefisien Korelasi (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,693 ^a	,480	,470	4,972	1,553

a. Predictors: (Constant), Materialisme, Literasi Keuangan
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Nilai R sebesar 0.693 menunjukkan bahwa terdapat hubungan kuat antara Literasi Keuangan dan Materialisme terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien korelasi berada diantara 0.60 – 0.799.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,693 ^a	,480	,470	4,972	1,553

a. Predictors: (Constant), Materialisme, Literasi Keuangan
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Nilai R square sebesar 0.480 mengindikasikan bahwa 48% variasi sikap gen z dalam melakukan top-up Robux dapat dipengaruhi oleh Literasi Keuangan dan Materialisme, sedangkan 52% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Nilai Adjusted R square sebesar 0.470 menunjukan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik. Selain itu, nilai Durbin Watson 1.553 berada dalam rentang yang diperbolehkan, sehingga model dinyatakan bebas dari autokorelasi dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y).

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
1		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	15,253	4,103		3,717	<,001		
	Literasi Keuangan	-,399	,136	-,221	-2,936	,004	,949	1,054
	Materialisme	,602	,074	,609	8,111	<,001	,949	1,054

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

1. Literasi keuangan

Memiliki nilai koefisien regresi -0,399 dengan nilai signifikansi 0,004 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, peningkatan literasi keuangan akan menurunkan perilaku konsumtif.

2. Materialisme

Memiliki nilai koefisien regresi 0,602 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Ini menunjukkan bahwa materialisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga semakin tinggi materialisme, semakin tinggi pula perilaku konsumtif responden.

Uji f

Uji f digunakan untuk menunjukan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2217,860	2	1108,930	44,850	<,001 ^b
	Residual	2398,380	97	24,726		
	Total	4616,240	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Materialisme, Literasi Keuangan

Berdasarkan hasil uji ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 44,850 dengan nilai signifikansi $< 0,001$, sedangkan Ftabel sebesar 3,09. Karena Fhitung $>$ Ftabel ($44,850 > 3,09$) dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, Materialisme dan Literasi Keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan dan materialisme terhadap perilaku konsumtif top up Robux pada pemain game Roblox, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dalam pembelian mata uang virtual dipengaruhi secara signifikan oleh faktor finansial dan psikologis pemain, khususnya pada generasi Z. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan pemain, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan top up Robux secara berlebihan. Pemain dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung mampu mengelola uang saku, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari pengeluaran digital yang dilakukan.

Sebaliknya, materialisme terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi nilai materialisme yang dimiliki pemain, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian Robux secara impulsif dan berlebihan. Dalam konteks game Roblox, kepemilikan item virtual dipersepsikan sebagai simbol status, sarana memperoleh pengakuan sosial, dan bentuk kepuasan diri, sehingga mendorong perilaku konsumtif. Secara simultan, literasi keuangan dan materialisme bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif top up Robux, dengan kontribusi sebesar 48%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif digital merupakan fenomena kompleks yang tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan mengelola keuangan, tetapi juga oleh nilai dan orientasi hidup individu. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi keuangan sejak dini serta pengendalian nilai materialisme di kalangan generasi muda guna menekan perilaku konsumtif digital yang berlebihan, khususnya dalam ekosistem game online seperti Roblox. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi edukasi keuangan, orang tua, pendidik, serta pengembang game dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat dan bertanggung jawab

DAFTAR PUSTAKA

Animah, Widia Astuti, Nila Rahayu, Iwan Kusuma Negara, & Lusi Shinta Nugraha. (2025). LITERASI KEUANGAN, PERILAKU MENABUNG DAN PERILAKU KONSUMTIF DAN PERILAKU MENABUNG MAHASISWA. 2025.

- Charles, C. E., & Immanuel, D. M. (2025). FOMO, MATERIALISM, AND THE GEN Z SHOPPING BEHAVIOR: THE IMPACT ON ONLINE IMPULSE BUYING AND POST-PURCHASE DISSONANCE (WITH A GENDER PERSPECTIVE). *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN*, 23(1).
- Harris, S., Aditya, A. M., & Thalib, T. (2024). Analisis Persepsi Harga Dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(1), 323–329. <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i1.3664>
- Hikmah, F. N., & Nurwidawati, D. (n.d.). Hubungan antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. . . *Character*, 10(03).
- Khotima, K., Alim, S., & Koanda, N. (2025). *Kecanduan Game Mobile legends dan Perilaku Konsumtif Gen-Z: Studi Pembelian Virtual Goods di Kota Makassar*.
- Kristika, C., Rahayu, E., & Qharamithah, S. (2025). Eksplorasi Perilaku Konsumtif Generasi Alpha terhadap Top Up Game Online. *Dinamika Ekonomi*, 160–164. <https://doi.org/10.29313/jde.v16i2.7436>
- Kusumawardhani, R., Prihatin, W., Maysan, J., & Mubarakah, S. (n.d.). *Digital financial literacy and consumer financial behavior in emerging markets: Evidence from Indonesia*.
- Maharani, A. S., Fimansyah, W., & Daud, D. (2022). Pengaruh Game Online Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Tebel Kabupaten Sidoarjo. *Buddayah : Jurnal Pendidikan Antropologi*, 4(1), 29. <https://doi.org/10.24114/bdh.v4i1.35639>
- Maryam, S., & Rahmawati, E. D. (n.d.). *PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA: PERAN LITERASI KEUANGAN DAN ELECTRONIC WALLET*.
- Maulana, A., Monoarfa, D. T. A., Lutfia, A., Pd, S., & Pd, M. (2025). *THE INFLUENCE OF HEDONIC MOTIVATION, FOMO, MATERIALISM, PRICE DISCOUNTS, AND E-REVIEWS ON IMPULSIVE BUYING IN ONLINE GAMES MODERATED BY AGE*.
- Ningtyas, M. N., & Vania, A. (2022). Materialism, Financial Literacy, and Online Impulsive Buying: A Study on the Post Millennial Generation in a Pandemic Period. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.33774>
- Nur Iqrom Pancar Gahara & Muhammad Nurjihadi. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Perilaku Impulsif Top up Game Online. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(2), 10. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v2i2.3776>

- Salsabila, T. D., Mubarok, M. Z., Wulandari, R., & Sari, B. (2024). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z*.
- Verawati, L., & Anwar, M. S. (2025). PEMBELIAN KOMPULSIF ONLINE: MENGGAMBARKAN PERAN PERBANDINGAN SOSIAL KEUANGAN, FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN MATERIALISME. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(3), 3883–3897. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1793>
- Zou, K. (2023). The Influence of Virtual Goods Purchase on Teenagers' Online Consumption—Genshin Impact Marketing Strategy as a Case. *BCP Business & Management*, 38, 2054–2059. <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v38i.4035>.