

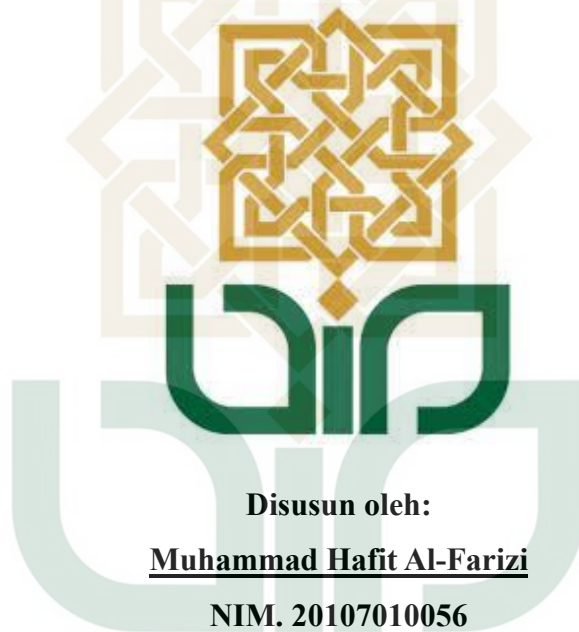
**DETERMINASI DIRI GAMERS PELAJAR DALAM
MEMBELI VIRTUAL GOODS**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Psikologi



Disusun oleh:

Muhammad Hafit Al-Farizi

NIM. 20107010056

Dosen Pembimbing:

Miftahun Ni'mah Suseno, S.Psi., M.A., Psikolog

NIP. 19770313 200912 2 001

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-964/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2024

Tugas Akhir dengan judul : Determinasi Diri *Gamers* Pelajar dalam Membeli *Virtual Goods*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD HAFIT AL FARIZI
Nomor Induk Mahasiswa : 20107010056
Telah diujikan pada : Selasa, 09 Juli 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Miftahun Ni'mah Suseno, S.Psi., M.A., Psikolog
SIGNED

Valid ID: 66a86dcb0c364



Penguji I
Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66a85aefb6f53



Penguji II
Sabiqotul Husna, S.Psi., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 66a74617cf2e1



Yogyakarta, 09 Juli 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66a9b28cf7ee4

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah:

Nama : Muhammad Hafit Al-Farizi

NIM : 20107010056

Prodi : Psikologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiasi karya orang lain.

Apabila di kemudian hari dalam skripsi saya ini ditemukan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 26 Juni 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Hafit Al-Farizi

20107010056



NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Hal :
Lamp :

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Hafit Al-Farizi

NIM : 20107010056

Judul Skripsi : Determinasi Diri Gamer Pelajar dalam Membeli Virtual Goods
sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Psikologi.

Dengan ini kami berharap agar skripsi / tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr Wb

ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta,
Pembimbing

Miftahun Ni'mah Suseno, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 19770313 200912 2 001

“DETERMINASI DIRI GAMERS PELAJAR DALAM MEMBELI VIRTUAL GOODS”

Muhammad Hafit Al-Farizi

20107010056

INTISARI

Intisari. *Virtual goods* merupakan entitas berupa karakter, item, mata uang, dan token yang tersedia dalam lingkungan game online dan *virtual*. Transaksi pembelian *virtual goods* umumnya sering terjadi di dunia game karena para pemain berusaha untuk mencapai tujuan tertentu. Fenomena ini juga dapat ditemui pada kalangan pelajar, di mana terkadang mereka mengalokasikan dana untuk membeli *virtual goods* daripada untuk kebutuhan dasar mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi seorang pelajar dalam membeli *virtual goods*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi serta pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini terdapat tiga informan dan menggunakan teknik snowball sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya determinasi diri pelajar dalam membeli *virtual goods* berupa keinginan untuk diakui oleh pemain lain ketika memiliki *virtual goods* atau virtual item yang bersifat eksklusif dan terbatas, serta membeli *virtual goods* untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bermain game.

Kata kunci: *Virtual goods, Virtual Item, Gamer*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

“SELF-DETERMINATION OF STUDENT GAMERS IN PURCHASING VIRTUAL GOODS”

Muhammad Hafit Al-Farizi

20107010056

ABSTRACT

Abstract. *Virtual goods refer to entities such as characters, items, currencies, and tokens available within online and virtual gaming environments. The purchase of virtual goods frequently occurs in the gaming world as players strive to achieve specific objectives. This phenomenon is also observed among students, who sometimes allocate funds to acquire virtual goods rather than meeting their basic needs. This study aims to understand the motivations of students in purchasing virtual goods. The research employs a qualitative methodology with a phenomenological approach, utilizing data collection methods such as interviews, observations, and documentation. The study involves three informants and applies snowball sampling techniques. The results indicate that students' self-determination in purchasing virtual goods is driven by a desire for recognition from other players when owning exclusive and limited virtual goods or items, as well as a need to enhance their gaming abilities.*

Keyword: *Virtual goods, Virtual Item, Gamer*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

لَا تُؤَخِّرْ عَمَلَكَ إِلَى الْغَدِ مَا تَقْدِرُ أَنْ تَعْمَلَهُ الْيَوْمَ

Jangan tunda pekerjaanmu hingga besok, apa yang dapat kau kerjakan hari ini.

مَنْ لَمْ يَشْكُرِ الْقَلِيلَ لَمْ يَشْكُرِ الْكَثِيرَ

Barang siapa yang tidak mensyukuri yang sedikit, maka ia tak akan mampu mensyukuri yang banyak

(HR. Ahmad)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis haturkan kepada Allah Swt. yang telah melimpahkan seluruh rahmat-Nya sehingga proses penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Tak lupa penulis haturkan shalawat kepada Nabi Muhammad Saw. yang telah membimbing umat manusia dari jahiliyah menuju islamiyah seperti saat ini. Sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih, penulis mempersembahkan ini kepada:

DIRI SENDIRI

Terima kasih karena sudah bertahan dan telah mencapai titik ini. Terima kasih telah mengorbankan waktu, uang, dan pikiran untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah berjuang menghadapi tantangan dan rintangan selama ini.

ALMAMATER

Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

DOSEN PEMBIMBING

Ibu Miftahun Ni'mah Suseno, S.Psi., M.A., Psikolog

KELUARGA

Terima kasih kepada abi, ummi, dan adik yang telah memberikan dukungan baik dukungan moral maupun materi.

TEMAN SEPERJUANGAN

Teman-teman psikologi angkatan 2020 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Setelah melalui proses yang panjang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul "Determinasi Diri Gamer Pelajar dalam Membeli Virtual Goods". Sebagai tugas akhir dalam menempuh jenjang pendidikan S-1, untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu, baik secara materi maupun spiritual, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Ibu Lisnawati, S.Psi., M.Psi., Psikolog. selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
4. Ibu Chandra Indraswari, S.Psi., M.Psi., Psikolog. selaku Dosen Penasehat Akademik
5. Ibu Miftahun Ni'mah Suseno, S.Psi., M.A., Psikolog. selaku Dosen Pembimbing Skripsi
6. Ibu Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A. selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan kepada penulis agar skripsi yang disusun lebih berkualitas

7. Ibu Sabiqotul Husna, S.Psi., M.Sc. selaku Dosen Penguji II yang sudah membuat wawasan penulis semakin luas sehingga skripsi ini dapat ditulis lebih baik lagi
8. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, nasehat, dan pengalaman kepada peneliti, serta seluruh staff bidang tata usaha yang telah membantu dalam proses penelitian ini
9. Kepada orang tua saya Abi Hamim Thohari dan Ummi Eny Muhimatul, terima kasih atas dukungan, do'a, dan kepercayaan yang selalu diberikan
10. Kepada saudara saya Ahmad Fauzan Hafit yang telah memberikan relasi informan
11. Kepada orang terdekat saat ini, Alvira Ayu Shery yang telah memberikan dukungan emosional kepada saya selama pengerjaan skripsi ini
12. Kepada teman-teman grup MBKM Panti 3 (Megan, Arbi, Rauf, dan Adam) yang telah memberikan semangat dan membantu proses pengerjaan
13. Kepada teman-teman grup HTC (Tegar, Arpan, Jiddan) yang telah menghibur dan meluangkan waktu untuk bermain Mobile Legends bersama
14. Kepada teman-teman grup "Namplek" yang senantiasa memberikan dukungan selama menyelesaikan skripsi ini
15. Kepada teman-teman psikologi yang telah menemani selama berproses
16. Kepada partisipan penelitian ini, terima kasih telah meluangkan waktu dalam kepenulisan penelitian ini

Semoga segala hal baik yang sudah diberikan dibalas berganda oleh Allah Swt. Akhir kata semoga penelitian ini juga memberikan manfaat dan keberkahan bagi perkembangan ilmu psikologi dan masyarakat luas. Hasil dari penelitian ini tentu masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis terbuka atas saran dan arahan yang diberikan.

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
NOTA DINAS	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Bagan	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
A. Literature Review	11
A. Dasar Teori	20
1. Determinasi Diri	20
a. Pengertian Determinasi Diri	20
b. Konsep Teori Self-Determination	21
c. Dimensi Self-Determination.....	23
d. Orientasi Kasualitas dalam Teori Self-Determination.....	25
2. Virtual Goods.....	26
a. Pengertian Virtual Goods	26
b. Penyebab Pembelian Virtual Goods	28
c. Dampak Pembelian Virtual Goods	32
B. Kerangka Teoritik.....	35

C.	Pertanyaan Penelitian	38
BAB III	39
A.	Metode dan Pendekatan Penelitian.....	39
B.	Fokus Penelitian	40
C.	Informan dan Setting Penelitian	41
D.	Metode dan Teknik Pengumpulan Data	41
E.	Teknik Analisis dan Interpretasi Data	43
F.	Tahapan Koding	44
G.	Keabsahan Penelitian.....	45
BAB IV	48
PEMBAHASAN	48
A.	Orientasi Kancah	48
B.	Persiapan Penelitian	50
C.	Laporan Pelaksanaan Penelitian.....	52
D.	Pelaksanaan Pengumpulan Data.....	53
E.	Faktor Penghambat dan Pendukung	54
	Penyajian Hasil Penelitian	55
A.	Determinasi Diri Pembelian Virtual Goods pada Informan 1	55
B.	Determinasi Diri Pembelian Virtual Goods pada Informan 2.....	79
C.	Determinasi Diri Pembelian Virtual Goods pada Informan 3.....	97
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	116
BAB V	121
PENUTUP	121
A.	Kesimpulan.....	121
B.	Saran.....	126
Daftar Pustaka	128
Lampiran	131

Daftar Bagan

Bagan 1 Kerangka Berpikir	37
Bagan 2 Dinamkia Psikologis Informan 1	78
Bagan 3 Dinamika Psikologis Informan 2	96
Bagan 4 Dinamika Psikologis Informan 3	115
Bagan 5 Dinamika Psikologis Seluruh Informan.....	120



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Verbatim Wawancara Informan 1.....	131
Lampiran 2 Verbatim Wawancara Informan 2.....	164
Lampiran 3 Verbatim Wawancara Informan 3.....	185
Lampiran 4 Verbatim Observasi Informan 1.....	206
Lampiran 5 Verbatim Observasi Informan 3.....	208
Lampiran 6 Koding Informan 1.....	210
Lampiran 7 Koding Informan 2.....	220
Lampiran 8 Koding Informan 3.....	226
Lampiran 9 Informed Consent dan Pernyataan Penelitian.....	232



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, *game* atau permainan telah menjadi fenomena global yang menghubungkan jutaan pemain dari berbagai usia di seluruh dunia. *Game* adalah kegiatan di mana pemain membuat keputusan untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks permainan (Clark, 2006). Permainan juga sering dijelaskan sebagai sebuah bentuk kompetisi yang melibatkan pemain-pemain dalam aturan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Sadiman, 2010). Permainan tidak lagi terbatas pada bentuk tradisional; perkembangan teknologi telah membawa munculnya permainan modern, terutama *game* online yang dapat dimainkan melalui jaringan internet. Dalam perkembangannya, *game* bukan hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga merupakan sarana pembelajaran dan interaksi sosial. Hal ini memungkinkan permainan menjadi bagian integral dari kehidupan pelajar, baik di tingkat sekolah menengah maupun perguruan tinggi (Made dkk., 2023).

Perkembangan teknologi juga telah membawa perubahan signifikan dalam definisi permainan. *Game* modern saat ini menggunakan media elektronik dan sering dirancang untuk memberikan hiburan multimedia yang menarik, dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pemain. Bermain *game* bukan hanya sekadar mengisi waktu luang, tetapi juga mencakup kompetisi, kerjasama, dan bahkan menciptakan karir profesional bagi beberapa pemain yang mahir. Dalam era ini, *game* bukan hanya didominasi anak-anak atau remaja, tetapi juga menjadi bagian dari

kehidupan orang dewasa yang ikut serta dalam berbagai jenis permainan yang ada saat ini (Made dkk., 2023). Fenomena ini telah menciptakan komunitas global yang kuat di sekitar *game* tertentu. Sejumlah besar pemain bersaing, berkolaborasi, dan berkomunikasi dalam lingkungan virtual ini (Rachman dkk., 2023).

Menurut Ho dan Wu (2012), terdapat berbagai jenis game online. Berdasarkan data survey dari Telkomsel pada tahun 2023 (Telkomsel.com), genre game mobile yang cukup diminati di Indonesia adalah MOBA (*Multiple Online Battle Arena*), *Battle Royale*, *Action/Adventure*, *Board*, *Sport*, *Arcade*, *Strategy*, *RPG*, dan *Simulation*.

Dalam sebuah game online, terdapat barang-barang yang digunakan player untuk melakukan aktifitasnya di dunia game. Player membutuhkan senjata, pakaian, dan beberapa barang lainnya dengan kualitas barang yang baik agar player tidak terbunuh pada saat melakukan hunting monster atau battle dengan player lainnya. Barang-barang di dunia game tersebut dikenal dengan istilah virtual goods. Untuk mendapatkan virtual goods dengan kualitas yang baik tersebut pemain harus mengeluarkan uang untuk membelinya (Pitaloka, 2013).

Virtual goods merujuk pada item atau aset virtual dalam permainan yang dapat memengaruhi pengalaman bermain pemain. Barang-barang ini bisa berupa senjata, kostum karakter, kendaraan, atau item unik lainnya yang dapat meningkatkan kemampuan atau tampilan pemain dalam game. Pembelian virtual goods ini bisa dilakukan dengan menggunakan uang sungguhan atau mata uang virtual yang diperoleh dalam permainan (Destianti, 2020). Fenomena pembelian

virtual goods telah membuka pintu bagi model bisnis baru dalam industri game. Perusahaan pengembang dan penerbit game menawarkan berbagai pilihan virtual goods kepada pemain dengan harga yang bervariasi.

Menurut Ho dan Wu (2012), *virtual item* yang dapat dibeli tersebut dapat menciptakan perasaan senang tersendiri ketika bermain dan menimbulkan rasa percaya diri saat bertemu dengan pemain lain di dalam *game* maupun saat bertatap muka secara langsung. Apabila hal ini dilakukan secara terus menerus dan membuat pemain menjadi ketergantungan dalam membeli *virtual item* pada sebuah *game*. Hal tersebut tak terkecuali terjadi kepada pelajar, karena pada dasarnya gamer bisa berasal dari kalangan manapun tak terlepas pelajar. Gamer dari kalangan pelajar, yang umumnya memiliki keterbatasan sumber daya finansial, harus mempertimbangkan dengan hati-hati apakah akan menghabiskan uang mereka pada pembelian virtual goods dalam game yang sering kali tergolong mahal mencapai jutaan rupiah (duniagames.com). Keputusan ini menjadi pertimbangan serius karena harus mempertimbangkan ketersediaan uang dan nilai yang akan diperoleh dari pembelian tersebut. Keterbatasan sumber daya finansial menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian gamer. Dalam kondisi finansial yang terbatas, pelajar harus memutuskan apakah mereka akan menghabiskan uang mereka pada pembelian virtual goods dalam game yang sering kali tergolong mahal. Keputusan ini menjadi pertimbangan serius karena harus mempertimbangkan ketersediaan uang dan nilai yang akan diperoleh dari pembelian tersebut (Rachman dkk., 2023).

Berdasarkan statistik yang dihimpun oleh Indonesia Esport Premier League (IESPL), Indonesia menduduki peringkat kedua belas dalam peringkat global sebagai salah satu pasar game terbesar dengan jumlah pemain game aktif mencapai 62,1 juta individu (kemenparekraf.go.id). Dalam laporan dari Newzoo, penjualan di industri game di Indonesia mencapai 1,1 miliar dolar pada tahun 2019, dan tren pertumbuhan ini diproyeksikan untuk berlanjut di masa mendatang (newzoo.com). Bukti dari pertumbuhan signifikan ini terlihat dalam data terbaru pada tahun 2022, di mana gamer Indonesia melaksanakan transaksi senilai 370 miliar dolar dalam periode tiga tahun (viva.co.id).

Menurut penelitian Siste (2022) menyatakan bahwa dari 1265 anak muda di Indonesia, 1233 di antaranya bermain video game. Data lain menyebutkan bahwa sebanyak 94% dari para gamer di Indonesia pernah setidaknya membeli barang dalam game (virtual goods) menggunakan uang asli (newzoo.com). Selain itu, gamer di Indonesia setidaknya telah mengeluarkan sebanyak 1,1 miliar dolar dalam pasar game yang menjadikan salah satu angka tertinggi pasar game di Asia Tenggara. Menurut Jap (2013) menyatakan bahwa dari 1477 pelajar yang berasal dari SMP dan SMA, lebih dari 50% pernah mengeluarkan uang untuk keperluan game.

Dengan popularitas game online yang semakin meningkat, terdapat pula dampak negatif yang mungkin dialami oleh gamer, terutama mereka yang masih berstatus pelajar. Informasi sebelumnya menunjukkan bahwa pasar game online di Indonesia sangat besar dan gamer dari kalangan pelajar terlibat dalam membeli virtual goods. Bagi gamer, terutama yang masih berstatus pelajar, efek negatif dari

permainan online tidak terbatas pada berapa lama mereka bermain atau bagaimana mereka berperilaku saat bermain. Fenomena ini juga memengaruhi aktivitas sosial dan manajemen keuangan mereka. Pengeluaran berulang untuk membeli barang virtual dalam game dapat mengurangi sumber daya keuangan pelajar, terutama bagi mereka yang tidak memiliki banyak uang. Terlebih lagi, hal ini juga dapat menyebabkan masalah finansial yang berpengaruh bagi pelajar, karena pengeluaran yang tidak terkontrol dalam game dapat dengan cepat menghabiskan tabungan atau uang yang seharusnya dialokasikan untuk kebutuhan lainnya, seperti biaya penunjang pendidikan atau kebutuhan sehari-hari.

Gamer terutama pelajar dapat mengalami masalah finansial karena membeli virtual goods yang tidak terkendali. Gamer yang sudah menghabiskan banyak uang dapat dianggap konsumtif. Menurut Maharani (2022), perilaku konsumtif ini akan menyebabkan uang yang dimiliki dihabiskan untuk membeli barang-barang yang tidak penting. Akibatnya, para pelajar yang sudah terlanjur mengeluarkan uang untuk pembelian virtual goods tidak akan dapat menyisihkan uang untuk hal-hal penting lainnya. Saat ada kebutuhan mendesak, seperti kebutuhan sekolah yang tiba-tiba muncul, mereka harus mengeluarkan uang tambahan untuk memenuhi kebutuhan sekolah. Jika uang yang dialokasikan untuk membeli barang habis, kebutuhan sekolah tidak dapat terpenuhi, dan mereka harus mendapatkan lebih banyak uang untuk melakukannya. Hal tersebut didukung dengan artikel yang dirilis oleh Detik News menyatakan bahwa terdapat dua pelajar asal Jawa Timur yang melakukan tindak pencurian uang sebesar Rp 102 juta yang salah satunya digunakan untuk bertransaksi dalam game (news.detik.com).

Selain itu, dampak masalah finansial pada pelajar dapat meluas hingga terlibat aktivitas dalam pinjol atau pinjaman online. Saat ini tidak sedikit remaja yang terlilit hutang pinjol dengan angka yang tidak sedikit. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2023, terdapat sekitar 72.124 orang yang masih dalam usia remaja melakukan transaksi pinjol dengan total mencapai Rp168,87 miliar (Indonesiabaik.id). Hal tersebut berkaitan dengan sebuah artikel Kompas, OJK menemukan bahwasanya terdapat dua pelajar asal Malang yang melakukan transaksi pinjol untuk keperluan konsumtif (kompas.tv, 2024).

Pelajar yang memasuki usia remaja dan menuju dewasa awal merupakan masa yang krusial dalam perjalanan perkembangan mereka. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk mulai bijak dalam mengelola keuangan mereka sebagai bekal awal dalam menghadapi transisi ke jenjang kehidupan berikutnya (Latifah, 2024). Berdasarkan teori perkembangan, remaja mulai berpikir secara abstrak dan logis. Mereka mampu memikirkan kemungkinan masa depan dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari tindakan mereka (Ibda, 2015). Idealnya, seorang pelajar dalam usia remaja dapat belajar untuk membedakan antara kebutuhan esensial dan keinginan, serta mengambil keputusan finansial yang bertanggung jawab. Remaja yang mampu mengelola keuangan dengan baik cenderung memiliki rencana pengeluaran bulanan, mengalokasikan sebagian uang mereka untuk ditabung, dan merencanakan tujuan keuangan jangka panjang (Nurulhuda, 2020). Kemampuan untuk mengelola keuangan dengan efektif tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berperan dalam pembentukan karakter yang disiplin, dan memiliki orientasi pada masa depan yang

lebih baik. Namun, kenyataan yang dihadapi oleh beberapa pelajar saat ini berbeda dengan kondisi ideal dengan perencanaan keuangan yang baik. Fenomena game online dan pembelian virtual goods telah menciptakan tantangan baru dalam hal pengelolaan keuangan bagi para pelajar. Keputusan untuk membeli *item virtual* dalam game online sering kali diambil secara impulsif, tanpa pertimbangan matang tentang nilai dan manfaat jangka panjangnya (Wiratri, 2021).

Pembelian virtual goods yang dilakukan pemain melewati berbagai tahap dalam proses pembelian. Tahap-tahap tersebut berupa pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian (Amstrong & Kotler, 2006). Pembelian virtual goods dapat menjadi pintu masuk ke dalam permainan yang lebih intensif, yang membutuhkan komitmen waktu yang lebih besar. Seorang gamer harus bertanggung jawab dalam mengelola waktu bermain mereka agar tetap seimbang dengan kewajiban lainnya, seperti belajar, pekerjaan, atau aktivitas sosial di dunia nyata. Pemahaman mendalam terhadap berbagai aspek ini dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang fenomena pembelian virtual goods dalam game oleh pelajar. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih lanjut fenomena ini dari perspektif psikologi dengan menggunakan teori determinasi diri. Teori determinasi cukup relevan ketika diterapkan untuk meninjau perilaku pembelian virtual goods pada pelajar. Teori ini menekankan motivasi intrinsik individu, yang berasal dari dorongan internal dan kebutuhan psikologis. Teori determinasi diri yang dikembangkan oleh Ryan dan Deci (2000) berfokus pada pentingnya kebutuhan psikologis dasar manusia yaitu kompetensi, otonomi, dan

keterhubungan. Teori determinasi diri dan motivasi adalah konsep yang saling berkaitan namun berbeda dalam cakupannya. Konsep determinasi diri yang dikemukakan oleh Ryan dan Deci, adalah sebuah kerangka teoretis yang menekankan tiga kebutuhan psikologis sebagai bentuk pengembangan motivasi (Ryan dan Deci, 2000).

Dalam fenomena pembelian virtual goods oleh pelajar, teori determinasi diri memberikan kerangka kerja yang relevan untuk memahami dorongan internal yang memengaruhi keputusan mereka. Ketika diterapkan pada pelajar, teori ini membantu memahami alasan di balik pembelian virtual goods dalam konteks psikologis. Teori determinasi diri memiliki kerangka teori yang tepat untuk menggali aspek-aspek psikologis dan motivasi yang mempengaruhi keputusan pembelian virtual goods di kalangan pelajar.

Maka dari itu melalui penelitian ini, peneliti dapat lebih memahami determinasi diri pada pelajar yang memengaruhi keputusan pembelian sumber daya dalam game, serta implikasinya terhadap pengalaman bermain mereka dan kondisi psikologis mereka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu determinasi diri pada perilaku pembelian *virtual goods* yang dilakukan oleh *gamer* dari kalangan pelajar.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengeksplorasi analisis determinasi diri perilaku pembelian *virtual goods* yang dilakukan oleh *gamer* dari kalangan pelajar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini akan memperluas pemahaman di bidang psikologi perkembangan, khususnya berkaitan dengan tema penelitian ini yaitu perilaku pembelian *virtual goods* yang dilakukan oleh *gamer* dari kalangan pelajar ditinjau dari *Self-Determination Theory*. Selain itu, diharapkan penelitian ini menjadi rujukan bagi penelitian lain.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagi masyarakat luas, khususnya kepada beberapa pihak seperti:

a. Informan penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran atau pengalaman yang dirasakan oleh informan penelitian ini dalam proses pengambilan keputusan pembelian *virtual goods* sehingga dapat lebih baik dan bijak dalam mengambil keputusan dalam membeli *virtual goods*.

b. Orang tua atau wali informan

Bagi orang tua atau wali informan diharapkan melalui penelitian ini dapat lebih *aware* dalam menghadapi fenomena pembelian *virtual goods* yang terjadi di masyarakat umum, dan dapat memberikan bimbingan manajemen keuangan agar kedepannya tidak terjadi perilaku negatif di masyarakat.

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran deskriptif terkait pengambilan keputusan pembelian *virtual goods* pada pelajar.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembelian virtual goods merupakan perilaku yang cukup umum dilakukan para gamer. Virtual goods sendiri merupakan alat tukar yang berlaku dalam game tertentu dan memiliki nilai tukar masing-masing di setiap game. Virtual goods dalam setiap game berbeda-beda beberapa diantara adalah diamond, UC, dan gems. Umumnya, virtual goods hanya dapat diperoleh dengan cara top-up menggunakan uang asli. Pembelian virtual goods memberikan banyak keuntungan bagi pemain, mulai dari efek visual, fungsional, peningkatan performa, mempercepat suatu proses dalam game, hingga status sosial bagi pemain yang memiliki barang tertentu. Adapun alasan setiap pemain melakukan pembelian virtual goods bermacam-macam, ada pemain yang melakukan pembelian sebagai barang koleksi, sebagai status sosial karena dapat dipamerkan, ada yang melakukan pembelian karena kelangkaan barang tersebut sehingga nilai barang tersebut menjadi tinggi karena eksklusivitas barang tersebut, hingga melakukan pembelian untuk mendapatkan profit.

Determinasi diri pada perilaku pembelian virtual goods terbentuk melalui faktor internal dan eksternal. Faktor internal terbentuk dari motivasi intrinsik individu dalam mengambil keputusan, hal tersebut didapatkan melalui tiga aspek determinasi diri yaitu kompetensi (competence), otonomi (autonomy), dan keterhubungan (relatedness). Sedangkan faktor eksternal

terbentuk dari virtual goods itu sendiri. Virtual goods menawarkan nilai-nilai bagi pemain yang membelinya seperti eksklusivitas, nilai fungsional, penampilan sosial atau status sosial, dan kolektivitas. Faktor internal dan eksternal saling berpengaruh bagi seorang pemain dalam mengambil keputusan dalam membeli virtual goods.

Adapun aspek-aspek yang memengaruhi dalam pengambilan keputusan seorang pemain berdasarkan faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

1) Faktor Eksternal

Dalam dunia game, virtual goods merupakan pasar bagi developer game yang menjual nilai-nilai tersendiri bagi pemain-pemainnya. Virtual goods memiliki nilai jual yang beragam dan fungsi yang variatif. Developer game tentunya memiliki target pasar sendiri untuk menjual virtual goods dengan harga yang cukup variatif. Untuk game yang cukup populer di kalangan pelajar khususnya Free Fire, PUBG Mobile, dan Mobile Legends masing-masing memiliki daya tarik tersendiri bagi pemain-pemainnya. Pada game Free Fire, developer menawarkan peningkatan atribut yang akan didapatkan oleh pemain ketika melakukan pembelian virtual goods, sedangkan PUBG Mobile dan Mobile Legends menawarkan efek visual yang menarik bagi pemainnya ketika membeli virtual item menggunakan virtual goods.

Eksklusivitas barang juga menjadi daya tarik bagi pemain game online multiplayer seperti game di atas. Developer mempromosikan barang dalam waktu terbatas untuk menarik perhatian pemainnya agar membelinya sebagai bentuk teknik marketing. Hal tersebut cukup berhasil menarik minat pemain game untuk membeli barang virtual tersebut, meskipun secara fungsional barang tersebut hanya berlaku di dalam game tersebut. Pemain termotivasi untuk melakukan pembelian barang terbatas tersebut karena nilai eksklusifnya yang cukup tinggi.

Di sisi lain, pembelian virtual goods dapat meningkatkan status sosial pemain di dalam game tersebut ketika pemain tersebut memiliki barang tertentu sehingga menarik atensi pemain lain. Dengan memiliki barang-barang eksklusif, pemain dapat mendapatkan perhatian lebih dari pemain lain yang menjadikan suatu kebanggaan tersendiri. Virtual goods menawarkan berbagai macam nilai dan fungsi sehingga muncullah keinginan pemain game untuk membeli virtual goods untuk ditukarkan menjadi barang-barang virtual di dalam game.

2) Faktor Internal

Faktor internal dalam pengambilan keputusan pembelian virtual goods muncul dari dalam individu setiap pemain. Hal tersebut tentunya juga didorong oleh hal-hal yang bersifat eksternal seperti yang disebutkan sebelumnya. Adapun faktor internal dalam pengambilan

keputusan dalam pembelian virtual goods dapat dijabarkan melalui aspek-aspek determinasi diri yaitu:

1) Kompetensi (competence)

Setiap pemain dalam game online multiplayer tentunya menginginkan mencapai pencapaian tertentu, terlebih pada game kompetitif. Dalam proses mencapai capaian tersebut, pemain harus mengasah kemampuannya agar performa bermain lebih baik. Namun ketika pengalaman bermain yang didapatkan terlalu sederhana menjadikan pemain mudah bosan dan tidak bersemangat dalam bermain. Beberapa game menyediakan efek visual berupa skin, di mana dapat memberikan efek visual yang dapat meningkatkan semangat bermain bagi pemain yang memakainya. Dengan memiliki skin tertentu, secara tidak performa bermain pemain dapat meningkat karena efek visual yang ditawarkan membuat pemain betah bermain berlama-lama. Dengan banyaknya waktu yang telah dihabiskan untuk bermain game, lambat laun kemampuan akan meningkat seiring dengan lamanya pemain tersebut menghabiskan waktu di depan layar.

2) Otonomi (autonomy)

Otonomi merujuk pada kemandirian individu dalam mengambil keputusan, dalam konteks penelitian ini adalah pembelian virtual goods. Dalam konteks ini, seorang pelajar yang memiliki keterbatasan uang saku memilih untuk menggunakan uang sakunya

untuk membeli barang yang secara realita tidak nampak dan secara fungsional hanya berlaku di dalam game tertentu. Meskipun demikian, para pelajar dalam penelitian ini tetap membeli virtual goods tersebut. Mereka menyisihkan uang sakunya ketika ingin membeli barang tertentu sehingga mengorbankan uang saku yang seharusnya diperuntukkan untuk membeli jajan atau makan siang. Hal tersebut tentu bukanlah hal bijak dalam manajemen keuangan bahkan hingga ada pemain yang berhutang agar dapat membeli barang yang diinginkan.

3) Keterkaitan (relatedness)

Dalam game online, interaksi antar pemain merupakan hal yang umum terjadi. Dalam konsep determinasi diri, keterkaitan ini mengacu pada kebutuhan individu untuk saling terkait atau terhubung satu dengan lainnya. Hal tersebut mencakup perasaan ingin dipahami, dihargai, dan memiliki hubungan yang kuat dengan orang lain. Dalam konteks game, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, virtual goods memiliki nilai sosial, di mana dengan memiliki barang virtual tertentu dapat meningkatkan status sosial seorang pemain. Dengan nilai sosial yang ditawarkan oleh virtual goods, hal tersebut dapat mendorong munculnya keinginan bagi seorang pemain untuk memenuhi kebutuhan dihargai di depan pemain lainnya sehingga membeli virtual goods untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Pembelian virtual goods bagi pelajar menghasilkan dinamika yang beragam mulai dari pembelian yang dipengaruhi oleh teman, ingin meningkatkan status sosial di hadapan teman-temannya, sebagai barang koleksi di mana memiliki nilai eksklusivitas tersendiri, hingga mendapatkan keuntungan dari game tersebut ketika mengeluarkan uang untuk membeli virtual goods. Setiap pemain memiliki masing-masing alasan dan dinamika dalam proses pengambilan keputusan membeli virtual goods yang menjadikan keunikan dari setiap pemain itu sendiri.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diajukan kepada beberapa pihak untuk mendapatkan hasil yang bermanfaat. Di sisi lain, saran ini berguna untuk menindaklanjuti dari hasil penelitian ini dalam rangka menambah kasanah keilmuan psikologi khususnya di bidang perkembangan. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Gamer Pelajar

Bagi pelajar yang pernah melakukan pembelian virtual goods hendaklah lebih bijak dalam mengelola keuangan serta lebih memperhatikan pengelolaan keuangannya. Membeli virtual goods tidak sepenuhnya hal yang tidak baik, namun sebagai pelajar yang bijak hendaknya melakukan dalam batas wajar dan tidak mengganggu aktivitas akademik dan kegiatan sosial.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti memiliki beberapa saran bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya yang tertarik dan ingin lebih lanjut meneliti mengenai hal-hal yang berkenaan dengan fenomena pembelian virtual goods oleh pelajar. Saran pertama diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi secara spesifik terkait dengan dampak dari pembelian virtual goods pada pelajar. Saran kedua, peneliti selanjutnya dapat meneliti tema ini di kalangan mahasiswa dengan menambahkan beberapa variabel yang relevan. Saran ketiga terkait metode penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kuantitatif sehingga dapat melihat hubungan antara pembelian virtual goods pada pelajar ataupun mahasiswa dengan variabel yang berkaitan dengan regulasi diri.



Daftar Pustaka

- Anggraeni, N., Agustiani, H., Novianti, L. E., Ninin, R. H., & Korespondensi, A. (2021). GAMBARAN PERILAKU BERMAIN GAME ONLINE PADA REMAJA PEMAIN GAME ONLINE DI JATINANGOR. *Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 10(1). <https://doi.org/10.21009/JPPP>
- Ardanareswari Ayu Pitaloka. (2013). *Perilaku Konsumsi Game Online Pada Pelajar (Studi Fenomenologi tentang Perilaku Konsumsi Game Online Pada Pelajar di Kelurahan Gemolong, Kabupaten Sragen tahun 2013)*.
- Arianti Widya. (2023, April 19). *Indonesia Becomes the Third Largest Mobile Game Market in the World* Artikel ini sudah tayang di VIVA.co.id pada hari Rabu, 19 April 2023 - 17:00 WIB Judul Artikel : Indonesia Becomes the Third Largest Mobile Game Market in the World. <https://www.viva.co.id/english/1594057-indonesia-becomes-the-third-largest-mobile-game-market-in-the-world>.
- Aulia Rachman, M., Lathoif Ghozali, M., Ekonomi Syariah, P., & Sunan Ampel Surabaya, U. (2023). Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Game Online Pada Remaja di Kelurahan Siwalankerto Kota Surabaya Perspektif Masalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1698–1704. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7912>
- Cleghorn, J., & Griffiths, M. D. (2015). *Why do gamers buy “virtual assets”? An insight in to the psychology behind purchase behaviour*. <https://www.researchgate.net/publication/276265219>
- Danjing Zhou. (2019, December 20). *Insights into the Indonesian Games Market*. <https://newzoo.com/resources/blog/insights-into-the-indonesian-games-market>.
- Fatimah Ibda. (2015). Perkembangan Kognitif: Teori Jean Piaget. *Intelektualita*, 3(1), 27–38.
- Hagger, M. S., & Hamilton, K. (2021). General causality orientations in self-determination theory: Meta-analysis and test of a process model. *European Journal of Personality*, 35(5), 710–735. <https://doi.org/10.1177/0890207020962330>
- Hamari, J., & Keronen, L. (2017). Why do people buy virtual goods: A meta-analysis. In *Computers in Human Behavior* (Vol. 71, pp. 59–69). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.042>
- Ho, C.-H., & Wu, T.-Y. (2012). Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods in Online Games. FACTORS AFFECTING INTENT TO PURCHASE VIRTUAL GOODS IN ONLINE GAMES. In *International Journal of*

Electronic Business Management (Vol. 10, Issue 3).
<https://www.researchgate.net/publication/262840560>

- Jap, T., Tiatri, S., Jaya, E. S., & Suteja, M. S. (2013). The Development of Indonesian Online Game Addiction Questionnaire. *PLoS ONE*, 8(4).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0061098>
- Kaur, P., Dhir, A., Chen, S., Malibari, A., & Almotairi, M. (2020). Why do people purchase virtual goods? A uses and gratification (U&G) theory perspective. *Telematics and Informatics*, 53. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101376>
- Kemenparekraf RI. (2021, July 21). *Tim Esport Terbaik Indonesia, Langganan Juara Dunia*. <https://Kemenparekraf.Go.Id/Ragam-Ekonomi-Kreatif/Tim-Esport-Terbaik-Indonesia-Langgan-Juara-Dunia>.
- Latifah, R. V. Z. E. A. S. N. (2024). Konsep Dasar Pengembangan Kreativitas Anak Dan Remaja Serta Pengukurannya Dalam Psikologi Perkembangan. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3).
- Lehdonvirta, V. (2009). Virtual item sales as a revenue model: Identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic Commerce Research*, 9(1–2), 97–113. <https://doi.org/10.1007/s10660-009-9028-2>
- Li, Z. (2012). MOTIVATION OF VIRTUAL GOODS TRANSACTIONS BASED ON THE THEORY OF GAMING MOTIVATIONS. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 43(2). www.jatit.org
- Made, I., Mandira, C., Dewa, I., Wahyu, G., & Suputra, D. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Game Online Valorant. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 14(1).
<https://doi.org/10.35724/jies.v14i1.5090>
- Maharani, A. S. (2022). The Influence of Online Games on Consumptive Behavior of Teenagers in Tebel Village Sidoarjo Regency. *Jurnal Pendidikan Antropologi*, 4(1), 29–39. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/bdh>
- Miriam Destianti, D. (2020). Game User Experience: Motivasi dalam Membeli Barang Virtual Pada Game. In *Jurnal Komunikasi* | (Vol. 5, Issue 1).
- Mokodompit, I. R., Massie, J. D. D., & Tumewu, F. J. (2021). THE INFLUENCE OF RATIONAL MOTIVES AND EMOTIONAL MOTIVES ON PURCHASE DECISION OF VIRTUAL GOODS IN MOBILE LEGENDS ONLINE GAMES. In *151 Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
- Nurulhuda, E. S., & Lutfiati, A. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Literasi Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As-Syafi'iyah). *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2). www.tirto.id,

- Ridha, A., Daga, R., & Nitro Makassar, S. (2020). Analisis Motif Konsumen dalam Membeli Produk Virtual Pada Game Online di Kota Makassar. In *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)* (Vol. 3, Issue 2).
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (1985). *Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being Self-Determination Theory*. Ryan.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and The Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well Being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Schaffer, O., & Fang, X. (2019). Digital Game Enjoyment: A Literature Review. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11595 LNCS, 191–214. https://doi.org/10.1007/978-3-030-22602-2_16
- Siste, K., Hanafi, E., Sen, L. T., Damayanti, R., Beatrice, E., & Ismail, R. I. (2022). Psychometric properties of the Indonesian Ten-item Internet Gaming Disorder Test and a latent class analysis of gamer population among youths. *PLoS ONE*, 17(6 June). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0269528>
- Wehmeyer, M. L., Shogren, K. A., Little, T. D., & Lopez, S. J. (2017). Introduction to the self-determination construct. In *Development of Self-Determination Through the Life-Course* (pp. 3–16). Springer Science+Business Media B.V. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1042-6_1
- Wiratri, Y. A. A. I. S. H. R. A. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN VIRTUAL GOODS DITINJAU DARI KELOMPOK ACUAN, GAYA HIDUP DAN EVENT MARKETING. *Edunomika*, 5(01), 101–109.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA