

**HUBUNGAN ANTARA PENGARUH SOSIAL DAN KONTROL  
DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA  
MAHASISWA PEMAIN MOBILE LEGENDS BANG-BANG DI  
YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**

**disusun oleh:**

**Rajaa' Adham Dzulfaqaar  
NIM 21107010099**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2025**

## 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-2679/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2025

Tugas Akhir dengan judul : Hubungan antara Pengaruh Sosial dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pemain *Mobile Legend Bang-Bang* di Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAJAA' ADHAM DZULFAQAAR  
Nomor Induk Mahasiswa : 21107010099  
Telah diujikan pada : Kamis, 12 Juni 2025  
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  
Denisa Apriliaawati, S.Psi., M. Res.  
SIGNED

Valid ID: 68635e92c3b89



Pengaji I  
Benny Herlena, S.Psi., M.Si.  
SIGNED



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

Valid ID: 685b3df58a1d8



Yogyakarta, 12 Juni 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 6864d85dc8876

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN**

### **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rajaa' Adham Dzulfaqaar

NIM : 21107010099

Prodi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "HUBUNGAN ANTARA PENGARUH SOSIAL DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PEMAIN MOBILE LEGENDS BANG-BANG DI YOGYAKARTA" merupakan karya yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi manapun. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain. Adapun sumber informasi yang dikutip oleh penulis telah dicantumkan dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat digunakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 02 Juni 2025

Yang Menyatakan,

  
Rajaa' Adham Dzulfaqaar  
NIM. 21107010099

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI

### NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI

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

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengadakan bimbingan untuk memberikan arahan, masukan, dan koreksi maka saya selaku pembimbing skripsi menyatakan skripsi Saudara :

Nama : Rajaa' Adham Dzulfaqaar

NIM : 21107010099

Prodi : Psikologi

Judul : HUBUNGAN ANTARA PENGARUH SOSIAL DAN  
KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA PEMAIN MOBILE LEGEND BANG-  
BANG DI YOGYAKARTA

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S-1) dalam Program Studi Psikologi.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir dari Saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas Perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 28 Mei 2025

Pembimbing

Denisa Apriliawati, S.Psi., M.Res.

NIP. 19900407 201903 2 014

**HUBUNGAN ANTARA PENGARUH SOSIAL DAN KONTROL DIRI  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PEMAIN  
MOBILE LEGEND BANG-BANG DI YOGYAKARTA**

**Rajaa' Adham Dzulfaqaar  
21107010099**

**INTISARI**

Perkembangan game daring seperti Mobile Legends: Bang-Bang mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama melalui pembelian item virtual dan penggunaan jasa joki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengaruh sosial dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pemain Mobile Legends di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan jumlah sampel sebanyak 159 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*. Alat ukur disusun berdasarkan teori Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) untuk perilaku konsumtif, Bearden, Netemeyer, dan Teel (1999) untuk pengaruh sosial, serta Tangney, Baumeister, dan Boone (2018) untuk kontrol diri. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara simultan antara pengaruh sosial dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dengan sumbangan efektif sebesar 60,7%. Secara parsial, pengaruh sosial memiliki hubungan positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, kontrol diri juga memiliki hubungan positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa pemain Mobile Legends tidak semata-mata dipengaruhi oleh tekanan sosial maupun impulsivitas, tetapi juga dapat menjadi bagian dari keputusan konsumsi yang rasional dan terencana.

**Kata kunci:** pengaruh sosial, kontrol diri, perilaku konsumtif, mahasiswa, Mobile Legends, Yogyakarta

**HUBUNGAN ANTARA PENGARUH SOSIAL DAN KONTROL DIRI  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PEMAIN  
MOBILE LEGEND BANG-BANG DI YOGYAKARTA**

**Rajaa' Adham Dzulfaqaar  
21107010099**

***ABSTRACT***

The growing popularity of online games such as Mobile Legends: Bang-Bang has encouraged consumptive behavior among university students, particularly through the purchase of virtual items and the use of paid boosting services. This study aims to examine the relationship between social influence and self-control on consumptive behavior among university students who play Mobile Legends in Yogyakarta. This research used a quantitative correlational method involving 159 students selected through convenience sampling. The measurement instruments were developed based on theories by Engel, Blackwell, and Miniard (1994) for consumptive behavior, Bearden, Netemeyer, and Teel (1999) for social influence, and Tangney, Baumeister, and Boone (2018) for self-control. Data were analyzed using multiple linear regression. The results showed a significant simultaneous relationship between social influence and self-control on consumptive behavior, with an effective contribution of 60.2%. Partially, social influence showed a significant positive relationship with consumptive behavior. In addition, self-control also showed a significant positive relationship with consumptive behavior. These findings suggest that consumptive behavior among Mobile Legends players is not solely driven by impulsivity or external pressure but can also emerge from rational and well-planned decisions.

**Keywords:** social influence, self-control, consumptive behavior, university students, Mobile Legends, Yogyakarta

## Motto

“Don’t be nothing on something”

(Anonym)

“Tidak ber-skema tapi ber-skema untuk menjadi kaya”

(Anonym)

“*It’s okay if you didn’t like me, not everyone has a good taste*”

(Anonym)

“Tuhan maha pemaaf, tapi aku bukan tuhan”

(Anonym)

“*God is my captain therefore I fear no mortal man*”

(St. George)

“*Mountains may move from their place but you should not move from yours, for*

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY**

**SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

*the hearts of the brave fears has no place*”

(Ali Bin Abi Thalib)

“*Le courage n’est pas de ne pas avoir peur, mais d’agir malgré la peur.*”

(Napoléon Bonaparte)

“Dari Maghrib kita bisa melihat bahwa disetiap kegelapan, pasti ada senja yang

menyinari keindahan”

(Rusdi Curington)

“Percayalah kau bisa! Ingat dulu saja kau pernah menang melawan jutaan dentuman sehingga kau bisa hidup sampai saat ini”

(Mas Amba Dreamy)

“Jika prosesmu secepat kereta argo Ngawi jesgejesgejes, hasilnya pasti tidak akan terasa seindah pemandangan sejuk Sulawesi Timur”

(Ironi Koree)

“Hytam bukan berarti kejam, hytam bukan berarti masa lalunya kelam, oleh karena itu jangan jadikan penampilan sebagai dasar acuan dalam menilai seseorang, ada banyak hal lain yang perlu diperhatikan daripada hanya sekedar penampilan”

(Jason Fuad Luv)

“*I fall in love much too quickly an that results in me getting badly hurts*”

(Freddie Mercury)

“*If I die tomorrow I will not regret. I really did everything I could*”

(Freddie Mercury)

“*In my 9 Lives, I Will Always choose You*”

(Sumbul)

## Halaman Persembahan

Alhamdulillahi Rabbil 'aalamiin

Persembahan kecil ini saya dedikasikan untuk keluarga tercinta, ayah dan bunda, yang namanya selalu terucap dalam setiap doa dan harap saya. Terima kasih karena telah menjadi cahaya ketika langkah saya meraba dalam gelap, menjadi tempat berpulang saat dunia terasa asing dan melelahkan. Dalam diam, kalian menyisipkan kekuatan; dalam tatap, kalian menanamkan semangat.

Ayah dan bunda...

Terima kasih telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang dan kesabaran, dengan nilai-nilai hidup yang tak selalu diajarkan lewat kata, namun tertanam melalui teladan yang kalian perlihatkan setiap hari. Terima kasih atas dukungan moril dan materiil yang tidak pernah saya pinta, tapi selalu kalian berikan dengan ikhlas. Lebih dari apa pun, terima kasih untuk doa-doa yang kalian panjatkan dalam sunyi. Saya percaya, dari doa-doa itulah Allah hadirkan kekuatan saat saya lelah, kemudahan saat saya kesulitan, dan harapan saat saya hampir menyerah. Kalian adalah alasan saya bangkit saat ingin berhenti, dan tujuan utama dari segala pencapaian yang ingin saya raih. Saya ingin terus belajar menjadi pribadi yang lebih baik, agar kalian selalu bisa menatap saya dengan bangga, sebagaimana saya selalu menatap kalian dengan cinta dan hormat yang dalam.

Pencapaian ini hanyalah awal, dan setiap langkah ke depan akan terus saya dedikasikan untuk kalian berdua ayah dan bunda yang saya cintai sepenuh jiwa.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Selawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi teladan umat manusia dalam menjalani kehidupan yang penuh makna dan nilai-nilai kemanusiaan.

Atas izin dan pertolongan Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul *“Pengaruh Sosial dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pemain Mobile Legends: Bang-Bang di Yogyakarta”*. Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi.) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki banyak keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan karya ini ke depannya. Proses penyusunan skripsi ini tidaklah mudah dan penuh tantangan, namun berkat bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, hambatan-hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik.

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam segala perjalanan penulis selama menjalani kehidupan ini.

2. Nabi Muhammad SAW, sebagai teladan agung sepanjang masa yang telah membimbing umat manusia menuju jalan yang lurus dan berakhlak mulia. teladan agung sepanjang masa yang telah membimbing umat manusia menuju jalan yang lurus dan berakhlak mulia.
3. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Ibu Denisa Apriliawati, S.Psi., M.Res., selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus dosen pembimbing skripsi. Terima kasih banyak atas ilmu, arahan, dan masukan berharga yang Ibu berikan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih juga sudah sangat sabar membimbing penulis, bahkan seringkali bimbingan terasa seperti kelas bimbel privat yang pertemuannya intens. Hingga kadang penulis bertanya, apakah ini bimbingan skripsi atau bimbingan belajar karena penulis terlalu sering mengajukan janji temu? Tapi justru itulah yang membuat penulis terus maju dan tidak menyerah. Semoga segala kebaikan dan kesabaran Ibu menjadi amal jariyah yang terus mengalir pahalanya.
6. Ibu Ratna Mustika Handayani, S.Psi., M.Psi., Psi., selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada Ibu atas bimbingan, arahan, dan nasihat yang telah Ibu

berikan selama penulis menjalani perkuliahan di Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terima kasih juga atas kesabaran Ibu dalam mendengarkan segala keluh kesah penulis, serta atas peran Ibu dalam membantu memberikan solusi terbaik.

7. Bapak Benny Herlena, S.Psi., M.Si., selaku Dosen Pengaji Skripsi 1, penulis ucapkan terima kasih atas arahan dan masukan yang telah Bapak berikan demi kemajuan skripsi ini. Berkat bimbingan Bapak, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Ibu Sabiqotul Husna, S.Psi., M.Sc., selaku Dosen Pengaji Skripsi 2, penulis mengucapkan terima kasih atas arahan dan masukan yang Ibu berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Seluruh dosen Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh staf Program Studi Psikologi yang telah membantu kelancaran proses administrasi selama penulis menjalani studi.
10. Ayah dan bunda, terima kasih atas doa dan segala pengorbanan yang telah diberikan. Terima kasih telah selalu mengusahakan segala hal baik sehingga penulis dapat tumbuh dan berkembang sampai saat ini. Semoga ayah dan bunda selalu sehat. Tunggu penulis sampai menjadi orang kaya ya!
11. Seluruh anggota paguyuban komplotan *solidarity* sekte Bocah e Pak Makin yang sudah menjadi keluarga dan rumah kedua penulis di Yogyakarta,

Terima kasih kehangatan yang diberikan disaat penulis kabur dan menjadi pendengar yang baik saat penulis *yapping*.

12. Opik dan Latipun, Terima kasih menjadi sudah menjadi dua saksi tidak bisu rahasia perjalanan hidup penulis dan menjadi *guide* disaat penulis banyak ketidak tahuhan tentang kehidupan ini.
13. Ifah, Ijah, Nadya, dan Alfi, Terima kasih sudah sangat sabar dalam memberikan bimbingan belajar kepada penulis meskipun kadangkala penulis banyak nanya atau bertanya tidak tahu waktu.
14. Ummi Zakia, Terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik di saat penulis kembali mengingat-ningat dan berangan-angan tentang Rannia dan juga memberikan saran-saran terbaik di kala penulis buntu atau hilang arah serta menjadi saksi tidak bisu rahasia perjalanan hidup penulis.
15. Iqbal dan Mbappe, Terima kasih sudah menjadi sobat yang tidak neko-neko dan menerima penulis bermain bersama eksplor tentang dunia ini baik dari awal jumpa saat SMA bahkan hingga hari ini serta menjadi saksi tidak bisu rahasia perjalanan hidup penulis.
16. *Mia famiglia* Xosgardan, Terima kasih, Terima kasih, dan Terima kasih. Tidak banyak yang bisa penulisucapkan karena terlalu banyak kebahagian asli yang penulis rasakan disana.
17. Ngab Ucup, Terima kasih menjadi pengajar yang penulis kenal sejak SMP hingga hari ini dan juga teman diskusi yang memberikan saran realistik akan kehidupan ini.

**18.** Kalijaga E-Sport, Terima kasih Pengalaman E-Sport yang sangat berarti bagi penulis dan banyak mimpi dan tujuan yang penulis capai dengan kebersamaan saat menjalani kinerja selama di Kalijaga E-Sport.

**19.** Teman-Teman Psikologi kelas C angkatan 2021. Terima kasih telah menjadi relawan menjadi korban dari keriuhan perilaku penulis selama sehari-hari untuk mencapai akhir dari perkuliahan S1 ini.

**20.** Anak Kos Panti Asuhan, Terima kasih sudah kuat dari awal, hari ini dan hingga nanti, tetap semangat karena ingat bahwa yang berat itu melupakannya bukan meluapkannya.

**21.** Seluruh pihak yang telah terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kontribusi, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....</b>	ii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI.....</b>	iii
<b>INTISARI .....</b>	iv
<b>ABSTRACT .....</b>	v
<b>Motto .....</b>	vi
<b>Halaman Persembahan.....</b>	viii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	ix
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xvii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
<b>A. Latar Belakang.....</b>	1
<b>B. Tujuan Penelitian.....</b>	15
<b>C. Manfaat Penelitian.....</b>	16
<b>D. Keaslian Penelitian .....</b>	18
<b>BAB II DASAR TEORI.....</b>	33
<b>A. Perilaku Konsumtif .....</b>	33
<b>1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....</b>	33
<b>2. Aspek Perilaku Konsumtif .....</b>	36
<b>3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif .....</b>	40
<b>B. Pengaruh Sosial .....</b>	44
<b>1. Pengertian Pengaruh Sosial .....</b>	44
<b>2. Aspek Pengaruh Sosial .....</b>	46
<b>C. Kontrol Diri .....</b>	49
<b>1. Pengertian Kontrol Diri .....</b>	49
<b>2. Aspek Kontrol Diri .....</b>	51

<b>D. Dinamika Hubungan Antara Pengaruh Sosial dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif .....</b>	55
<b>E. Hipotesis.....</b>	<b>61</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
<b>A. Desain Penelitian.....</b>	<b>63</b>
<b>B. Identifikasi Variabel Penelitian .....</b>	<b>63</b>
<b>C. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....</b>	<b>65</b>
<b>1. Perilaku Konsumtif.....</b>	<b>65</b>
<b>2. Pengaruh Sosial .....</b>	<b>66</b>
<b>3. Kontrol Diri .....</b>	<b>67</b>
<b>D. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>68</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>71</b>
<b>1. Alat Ukur .....</b>	<b>71</b>
<b>F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....</b>	<b>76</b>
<b>1. Validitas .....</b>	<b>76</b>
<b>2. Seleksi Aitem .....</b>	<b>77</b>
<b>3. Reliabilitas .....</b>	<b>78</b>
<b>G. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>78</b>
<b>1. Uji Analisis Deskriptif Statistik .....</b>	<b>79</b>
<b>2. Uji Asumsi.....</b>	<b>79</b>
<b>3. Uji Hipotesis .....</b>	<b>82</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>84</b>
<b>A. Orientasi Kancanah .....</b>	<b>84</b>
<b>B. Persiapan Penelitian .....</b>	<b>87</b>
<b>1. Persiapan Administrasi .....</b>	<b>87</b>
<b>2. Persiapan Alat Ukur .....</b>	<b>87</b>
<b>3. Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur .....</b>	<b>91</b>
<b>4. Hasil Uji Coba Alat Ukur .....</b>	<b>92</b>
<b>C. Pelaksanaan Penelitian.....</b>	<b>105</b>
<b>D. Hasil Penelitian .....</b>	<b>106</b>
<b>1. Deskriptif Penelitian .....</b>	<b>106</b>
<b>2. Deskriptif Statistik .....</b>	<b>111</b>

<b>3. Uji Asumsi.....</b>	<b>115</b>
<b>4. Uji Hipotesis .....</b>	<b>118</b>
<b>5. Analisis Tambahan .....</b>	<b>121</b>
<b>E. Pembahasan.....</b>	<b>124</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>132</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>132</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>132</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>134</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>144</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .1 Dinamika Hubungan Antara Pengaruh Sosial dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif .....	60
Gambar 4.1 Grafik Q-Q Plot .....	115
Gambar 4.2 Residual Plot .....	115



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Literature Review .....	18
Tabel 3.1 Blueprint Skala Perilaku Konsumtif .....	72
Tabel 3.2 Blueprint Skala Pengaruh Sosial .....	73
Tabel 3.3 Blueprint Skala Kontrol Diri .....	75
Tabel 4.1 Persiapan Alat Ukur .....	89
Tabel 4.2 Persiapan Alat Ukur .....	90
Tabel 4.3 Seleksi Aitem .....	93
Tabel 4.4 Seleksi Aitem .....	94
Tabel 4.5 Seleksi Aitem .....	96
Tabel 4.6 Seleksi Aitem .....	98
Tabel 4.7 Seleksi Aitem .....	100
Tabel 4.8 Seleksi Aitem .....	102
Tabel 4.9 Reliabilitas Alat Ukur Perilaku Konsumtif, Pengaruh Sosial dan Kontrol Diri .....	105
Tabel 4.10 Deskripsi Penelitian .....	107
Tabel 4.11 Deskripsi Statistik .....	111
Tabel 4.12 Norma Kategorisasi .....	112
Tabel 4.13 Kategorisasi Perilaku Konsumtif .....	113
Tabel 4.14 Kategorisasi Pengaruh Sosial .....	113
Tabel 4.15 Kategorisasi Perilaku Konsumtif .....	114
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	116
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	117
Tabel 4.18 Hasil Uji Oulier dengan Cook's Distance .....	117
Tabel 4.19 Uji F .....	118
Tabel 4.20 Uji T .....	118
Tabel 4.21 Analisis Variabel Demografi .....	123

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Blueprint Alat Ukur Sebelum Tryout .....	144
Lampiran 2. Lembar Kesediaan Expert Judgement.....	147
Lampiran 3. Validasi Expert Judgement Alat ukur .....	150
Lampiran 4. Dokumentasi Uji Keterbacaan .....	161
Lampiran 5. Hasil Uji Keterbacaan .....	161
Lampiran 6. Sebaran Aitem Try Out .....	165
Lampiran 7. Tabulasi Data Try Out.....	171
Lampiran 8. Dokumentasi TryOut.....	181
Lampiran 9. Flyer Try Out .....	181
Lampiran 10. Tampilan Kuesioner TryOut di Google Form .....	182
Lampiran 11. Uji Reliabilitas dan Seleksi Aitem Alat Ukur.....	184
Lampiran 12. Blueprint Skala Penelitian .....	186
Lampiran 13. Sebaran Aitem Skala Penelitian.....	189
Lampiran 14. Tabulasi Data Skala Penelitian .....	192
Lampiran 15. Dokumentasi Pengambilan Data.....	217
Lampiran 16. Flyer Skala Penelitian.....	218
Lampiran 17. Deskriptif Statistik .....	219
Lampiran 18. Hasil Uji Asumsi.....	220
Lampiran 19. Hasil Uji Asumsi.....	222
Lampiran 20. Hasil Analisis Variabel Demografi (Analisis Tambahan).....	223
Lampiran 21. Data Diri .....	224



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Permainan Mobile Legends telah menjadi fenomena populer yang menarik perhatian masyarakat luas, terutama kalangan generasi muda. Berdasarkan data dari Sensor Tower, sebuah platform analisis aplikasi seluler, tercatat bahwa hingga September 2020, Mobile Legends telah diunduh lebih dari 500 juta kali melalui Google Play Store dan App Store (Chapple, 2020). Lebih lanjut, Sutjipto (2020) mencatat bahwa sejak peluncurannya pada tahun 2016, jumlah unduhan game ini telah menembus angka 1 miliar, dengan Indonesia sebagai negara penyumbang terbesar, yakni sebanyak 100,1 juta unduhan atau sekitar 36% dari total keseluruhan. Kepopuleran ini tidak hanya menarik anak-anak dan remaja, tetapi juga kalangan mahasiswa (Rani dkk, 2019).

Perkembangan dunia e-sport turut memperkuat daya tarik *Mobile Legends*, khususnya di kalangan mahasiswa, yang merupakan salah satu segmen pengguna paling aktif, baik sebagai pemain maupun penonton kompetisi (Wijaya & Santi, 2024). Menurut Rahmadianti dkk, (2021), mayoritas pemain berasal dari rentang usia 16 hingga 25 tahun, menunjukkan dominasi kelompok usia pelajar dan mahasiswa. Data Rifki (2022) juga mengungkapkan bahwa 54% pemain game daring di Indonesia berusia antara 16–34 tahun, dengan komposisi gender yang hampir

seimbang: 53% laki-laki dan 47% perempuan. Meskipun pria masih mendominasi, jumlah pemain perempuan terus meningkat dari waktu ke waktu.

Sebagai permainan bergenre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA), Mobile Legends menawarkan pertarungan 5 lawan 5 dengan strategi untuk menghancurkan menara utama lawan. Konsep permainan ini memiliki kemiripan dengan game lain seperti Dota 2 (Rani dkk, 2019). Dengan sistem tiga jalur yang dijaga oleh menara pertahanan dan penggunaan hero sebagai karakter tempur, game besutan perusahaan Moonton ini mendapat sambutan hangat dari berbagai kalangan (Valentina & Sari, 2019).

Secara ekonomi, Mobile Legends menunjukkan potensi pendapatan yang signifikan. Pada tahun 2019, pendapatan globalnya mencapai \$214,1 juta (Chapple, 2020). Bahkan, Presiden Joko Widodo pernah menyatakan bahwa perputaran uang dari game ini di Indonesia mencapai Rp12 triliun pada tahun 2017, dengan laju pertumbuhan tahunan sekitar 25%. Antusiasme masyarakat terhadap game ini terlihat dari banyaknya pemain yang bersedia mengeluarkan uang untuk memperkuat akun atau memperindah penampilan dalam permainan (Anggit & Sidik, 2019).

Namun dibalik popularitasnya, Mobile Legends juga memunculkan dampak negatif, khususnya di kalangan mahasiswa. Salah satu dampak yang cukup menonjol adalah perilaku konsumtif yang muncul akibat pembelian item virtual seperti skin, emote, dan sticker, yang memerlukan biaya tidak

sedikit mulai dari Rp101.000 hingga Rp5.000.000 (Rahmadianti dkk, 2021). Saputra dkk, (2024) menambahkan bahwa selain pengeluaran untuk top-up, biaya internet juga dapat membebani keuangan mahasiswa apabila tidak dikelola dengan bijak.

Sumber pendapatan utama pengembang game daring berasal dari penjualan produk virtual melalui skema microtransactions (Hamari & Lehdonvirta, 2010). Di Indonesia, pembelian produk virtual dilakukan melalui payment gateway seperti Gudangvoucher, Indomog, dan Unipin, atau melalui voucher fisik yang dijual di warung internet dan agen tertentu (Tanjungsari & Lunardy, 2016). Guo dan Barnes (2012) mendefinisikan produk virtual sebagai barang tidak berwujud yang dibuat dan digunakan dalam dunia digital, sementara Cha (2011) menekankan bahwa produk semacam ini hanya dapat digunakan dalam ruang daring tertentu. Contohnya meliputi gambar pedang atau baju zirah yang memperkuat karakter pemain (Whang & Kim, 2005).

Item virtual seperti hero dan skin menjadi produk yang paling sering dibeli oleh pemain karena tidak hanya meningkatkan performa dalam permainan, tetapi juga menambah estetika visual karakter (Jessica, 2022). Untuk mendapatkan item tersebut, pemain harus membeli diamond dengan harga satuan sekitar Rp318 (Pratama, 2023). Pengumpulan skin dalam Mobile Legends juga menjadi simbol status sosial di kalangan pemain, melalui sistem tingkatan kolektor mulai dari Kolektor Amatir hingga Kolektor Sultan (Apriani, 2024).

Sistem kolektor ini menciptakan semacam hierarki sosial virtual di mana semakin banyak dan langka koleksi skin yang dimiliki, semakin tinggi pula pengakuan yang diterima pemain. Kepuasan yang diperoleh dari koleksi tersebut tidak hanya bersifat internal, tetapi juga berasal dari pengakuan sosial (Apriani, 2024), (Ahmad dkk, 2022). Bahkan, pengalaman bermain pun terasa berbeda saat menggunakan skin, karena memberikan sensasi yang lebih menyenangkan dan prestisius (Peters & Leshner, 2013).

Di sisi lain, terdapat pula dinamika konsumtif yang berkaitan dengan penggunaan jasa pihak ketiga seperti joki, untuk menaikkan peringkat akun dalam mode Ranked. Sistem peringkat dalam Mobile Legends terdiri dari tingkatan Warrior, Elite, Master, Grandmaster, Epic, Legend, Mythic, hingga Mythical Glory, yang mencerminkan status pemain dalam komunitas (Anandya dkk, 2023). Demi mencapai peringkat tinggi, beberapa pemain terutama yang merasa tidak cukup mahir rela membayar jasa joki (Athii'uullah & Hadi, 2024). Motivasi di balik perilaku ini bukan hanya untuk meningkatkan pencapaian, tetapi juga karena dorongan gengsi dan keinginan untuk diakui di lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi item virtual dalam game kerap kali melampaui aspek utilitas, menjadi simbol status dan identitas sosial. Penelitian Putra dkk, (2022) bahkan menyoroti fenomena hiperealitas, yaitu kondisi ketika pemain terlalu larut dalam dunia virtual hingga mengabaikan realitas, yang pada

akhirnya dapat menyebabkan perilaku konsumtif berlebihan dan mengganggu keseimbangan kehidupan sehari-hari.

Banyak mahasiswa mengalokasikan uang sakunya untuk membeli item virtual tanpa perencanaan matang, sering kali didorong oleh dorongan impulsif (Rachman & Ghazali, 2023). Akibatnya, kebutuhan pokok seperti buku dan alat tulis seringkali terabaikan. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mulai menyusun anggaran pengeluaran yang sehat dan menetapkan batas pembelanjaan khusus untuk kebutuhan hiburan digital seperti game. Dengan pendekatan ini, mahasiswa tetap dapat menikmati hiburan dari game tanpa mengorbankan kestabilan finansial mereka.

Faktor psikologis dan ekonomi menjadi pendorong utama dalam perilaku konsumtif pemain Mobile Legends. Berdasarkan temuan Aviv dan Hadi (2024), pemain muda cenderung membeli item virtual untuk meningkatkan status sosial mereka. Sementara itu, Maharani dkk, (2022) mengidentifikasi bahwa pengaruh teman sebaya, kondisi ekonomi keluarga, dan eksposur media turut mempengaruhi kecenderungan ini. Transaksi pembelian biasanya dilakukan melalui platform yang mudah diakses seperti Indomaret, Alfamart, Shopee, Dana, dan Gopay. Jika tidak diimbangi dengan edukasi finansial yang memadai, mahasiswa berisiko terjebak dalam pola konsumsi yang boros dan tidak sehat (Saputri & Sucipto, 2023).

Selain menghadirkan permainan yang kompetitif, Mobile Legends juga memperkuat interaksi sosial antar pemain melalui fitur afinitas. Fitur ini mengkategorikan hubungan pemain dalam empat jenis: Pasangan

(Couple), Saudara (Bros), Sahabat (Besties), dan Orang Kepercayaan (Confidants) (Firmansyah, 2024). Salah satu yang paling menonjol adalah afinitas Pasangan, yang memungkinkan dua pemain saling terhubung secara emosional dalam ruang virtual layaknya pasangan kekasih. Relasi ini tidak jarang disertai dengan pemberian hadiah seperti skin, mencerminkan adanya motivasi emosional dan sosial yang memperkuat ikatan antar pemain.

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen yang menekankan pada keputusan pembelian yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, melainkan lebih pada keinginan. Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan dan proses keputusan dari individu yang membeli barang dan jasa untuk dikonsumsi secara pribadi. Dalam model perilaku konsumen yang mereka kembangkan, proses pembelian berlangsung melalui lima tahapan, yaitu (1) pengenalan kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, dan (5) perilaku pasca pembelian. Namun dalam praktiknya, proses ini tidak selalu berjalan secara rasional. Ketika keputusan pembelian lebih banyak digerakkan oleh dorongan emosional, sosial, atau gaya hidup, maka muncullah kecenderungan perilaku konsumtif.

Pola perilaku konsumtif, menurut Kurniawan (2017), merupakan pola pengeluaran yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, dan sering kali dipicu oleh hasrat terhadap materi serta kesenangan sesaat. Mujahidah (2020) menambahkan bahwa perilaku konsumtif dapat berkembang menjadi kebiasaan dalam gaya hidup, terutama pada kalangan

remaja dan dewasa muda, yang berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan dalam kehidupan mereka. Sementara itu, Lutfiah dkk, (2022) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif pada remaja dan dewasa muda kerap kali didorong oleh rasa gengsi, kebutuhan untuk mengikuti tren, gaya hidup mewah, dan keinginan memperoleh pengakuan sosial dari orang lain. Oleh karena itu, perilaku konsumtif bukan hanya persoalan ekonomi, melainkan juga berkaitan erat dengan aspek psikologis dan sosial yang mempengaruhi pola pikir serta gaya hidup individu.

Perilaku konsumtif dalam konteks pengambilan keputusan konsumen dapat ditinjau melalui lima tahapan yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (1994), yaitu: (1) pengenalan kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, dan (5) perilaku pasca pembelian. Model ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi tidak berlangsung secara acak, tetapi melalui proses sistematis yang mencerminkan bagaimana konsumen merespons kebutuhannya. Meskipun demikian, dalam praktiknya, tidak semua individu menjalani proses ini secara rasional, terutama pada kelompok usia remaja atau mahasiswa yang lebih rentan terhadap pengaruh eksternal.

Sebagai pelengkap, Evelina dan Pebrianti (2021) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif juga ditandai oleh beberapa ciri, seperti: (1) keinginan untuk tampil berbeda dengan membeli barang langka atau edisi terbatas, (2) dorongan untuk menjaga gengsi dalam lingkungan sosial, (3) pembelian yang dipengaruhi oleh iklan dan tren, (4) anggapan bahwa

produk bermerek dan mahal meningkatkan rasa percaya diri, serta (5) kecenderungan mencoba berbagai produk dengan merek yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak semata-mata dipicu oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh tekanan sosial dan emosional.

Lebih lanjut, Kurniawan (2017) menegaskan bahwa gaya hidup konsumtif cenderung berdampak negatif, terutama ketika individu tidak mampu menyeimbangkan antara pengeluaran dan pendapatan. Pada kalangan mahasiswa, kebiasaan konsumtif yang tidak terkendali dapat memicu perilaku boros dan kesulitan dalam pengelolaan keuangan. Bahkan, semakin tinggi rasa percaya diri untuk mengikuti gaya hidup orang lain, semakin besar pula kecenderungan konsumtif yang tidak rasional dan merugikan diri sendiri.

Dalam memahami perilaku konsumtif, penting untuk terlebih dahulu mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen secara menyeluruh. Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) mengemukakan bahwa terdapat tiga kategori utama yang memengaruhi perilaku konsumen, yaitu: perbedaan individu (*individual differences*), pengaruh lingkungan (*environmental influences*), dan proses psikologis (*psychological processes*). Perbedaan individu meliputi aspek-aspek seperti sumber daya, sikap, motivasi, kepribadian, dan gaya hidup yang memengaruhi cara konsumen dalam mengenali kebutuhan hingga mengevaluasi alternatif produk. Sementara itu, pengaruh lingkungan mencakup budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, dan situasi

sosial yang dapat membentuk preferensi dan kebiasaan konsumsi seseorang. Sedangkan proses psikologis merujuk pada bagaimana konsumen memproses informasi dan rangsangan sebelum akhirnya mengambil keputusan pembelian.

Mengacu pada klasifikasi tersebut, penelitian ini menempatkan dua variabel bebas dalam dua kategori yang berbeda. Variabel kontrol diri merupakan bagian dari *individual differences*, karena berhubungan dengan kemampuan internal individu dalam mengatur dorongan, mempertimbangkan keputusan, dan menetapkan tindakan konsumsi secara rasional. Sedangkan variabel pengaruh sosial termasuk dalam kategori *environmental influences*, karena timbul dari interaksi dengan lingkungan sosial seperti teman sebaya, kelompok komunitas, maupun norma-norma yang berlaku di sekitar individu.

Meneliti kedua variabel tersebut menjadi penting karena perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal semata, seperti promosi dan tren, tetapi juga oleh faktor internal seperti kemampuan individu dalam mengendalikan keinginan dan menunda kepuasan. Penelitian terdahulu dari Fitriana (2020), yang menjelaskan bahwa keputusan konsumsi sangat dipengaruhi oleh faktor sosial maupun kepribadian individu, sedangkan studi Nugraha dan Nurwidawati (2024) menunjukkan bahwa individu dengan kontrol diri yang rendah lebih rentan melakukan pembelian impulsif. Dengan demikian, kajian terhadap kontrol diri dan pengaruh sosial dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh

mengenai perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks digital dan budaya konsumsi yang berkembang di era saat ini.

Bearden, Netemeyer, dan Teel (1999) mendefinisikan pengaruh sosial sebagai kerentanan individu terhadap pengaruh interpersonal, yang mencakup kebutuhan untuk meningkatkan citra diri melalui penggunaan produk, kecenderungan mengikuti harapan sosial dalam pembelian, serta dorongan mencari informasi dari orang lain sebelum membeli. Selanjutnya, menurut Lee (2008), pengaruh sosial adalah cerminan dari hasil komunikasi dan interaksi dengan orang lain, di mana dengan adanya pengaruh tersebut dapat terjadi perubahan sikap atau perilaku seseorang. Mason dkk, (2007) juga menyatakan bahwa pengaruh sosial merujuk pada cara orang lain mempengaruhi keyakinan, perasaan, dan perilaku individu, yang dapat mengubah sikap atau perilaku seseorang sebagai akibat dari interaksi dengan orang lain.

Pendapat Subagio (2019) menyatakan bahwa pengaruh sosial mendorong perilaku konsumtif karena setiap individu cenderung ingin mengikuti tren. Bearden, Netemeyer, dan Teel (1999) menjelaskan bahwa pengaruh sosial terdiri dari dua aspek utama, yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informasional. Aspek pengaruh normatif mencerminkan dorongan individu untuk menyesuaikan perilaku konsumsinya agar selaras dengan ekspektasi sosial, sehingga mendapatkan penerimaan dari lingkungan. Sedangkan aspek pengaruh informasional mencerminkan kecenderungan individu dalam mengandalkan informasi, saran, atau

pandangan dari orang lain sebelum melakukan pembelian. Dalam komunitas permainan seperti Mobile Legends, kedua aspek ini terlihat dalam bentuk dorongan mengikuti tren item virtual dan mengandalkan rekomendasi dari rekan bermain, yang pada akhirnya dapat memicu perilaku konsumtif.

Penelitian dari Tajuddien dan Praditya (2022) menunjukkan bahwa konten media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Konten media sosial tidak hanya efektif dalam mempromosikan produk, tetapi juga menciptakan preferensi belanja yang kuat di kalangan mahasiswa. Daryanti (2023) juga menemukan bahwa interaksi daring dan dukungan teman sebaya turut mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa dalam penelitian di Universitas Jambi.

Pengaruh sosial dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa juga mencakup pengaruh dari kelompok anutan dan lingkungan keluarga. Penelitian Subagio (2019) menunjukkan bahwa kelompok anutan primer (keluarga) maupun sekunder (teman sebaya) memiliki dampak signifikan terhadap keputusan konsumtif mahasiswa. Penelitian tersebut juga menyoroti bahwa mahasiswa cenderung membeli barang atau mengikuti tren untuk meningkatkan status atau citra diri mereka di mata kelompok sosialnya.

Lebih lanjut, Subagio (2019) menyebutkan bahwa pengaruh ini dapat menyebabkan konsumsi berlebihan, terutama ketika mahasiswa mengalokasikan anggaran mereka untuk hal-hal yang bukan kebutuhan

pokok, tetapi lebih kepada keinginan untuk menampilkan citra tertentu. Daryanti (2023) juga menjelaskan bahwa media sosial memperkuat pengaruh sosial ini dengan menciptakan preferensi belanja yang kuat melalui promosi produk dan eksposur terhadap gaya hidup tertentu, yang sering kali membuat mahasiswa terjebak dalam pola konsumsi impulsif untuk memenuhi standar sosial yang ada di lingkungan mereka.

Selain pengaruh sosial, salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kontrol diri. Nugraha dan Nurwidawati (2024) menekankan bahwa kontrol diri yang baik dapat membantu individu menghindari keinginan untuk melakukan pembelian impulsif, yang seringkali menjadi penyebab utama perilaku konsumtif. Menurut Tangney, Baumeister, dan Boone (2018), kontrol diri merupakan kapasitas individu untuk menahan atau mengubah respons internal, serta menghentikan kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan seperti impuls, dan menahan diri untuk tidak bertindak berdasar dorongan tersebut. Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengelola dorongan atau keinginan dalam situasi tertentu, agar dapat menghindari tindakan yang tidak diinginkan. Dalam penelitian Nugraha dan Nurwidawati (2024), kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan untuk membaca situasi, memahami lingkungan, dan mengarahkan tindakan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dengan demikian, kontrol diri berperan penting dalam mengurangi kecenderungan perilaku impulsif, terutama ketika individu

dihadapkan pada rangsangan konsumsi berupa penawaran atau promosi khusus dalam permainan.

Dalam konteks perilaku konsumtif, terutama pada pembelian item virtual dalam game, kontrol diri menjadi elemen penting dalam menentukan apakah seseorang dapat menahan dorongan sesaat demi keputusan yang lebih rasional. Tangney, Baumeister, dan Boone (2018) menjelaskan bahwa kontrol diri mencakup lima aspek utama, yaitu kedisiplinan diri, tindakan terencana dan tidak impulsif, Kebiasaan Sehat, Etos kerja, dan dapat dipercaya. Kedisiplinan diri berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengatur dirinya terhadap godaan dan tetap berpegang pada tujuan jangka panjang. Tindakan terencana dan tidak impulsif menunjukkan kemampuan untuk bertindak secara terencana, bukan berdasarkan dorongan sesaat. Kebiasaan Sehat mencerminkan pola perilaku yang mendukung kesejahteraan, seperti keteraturan dan gaya hidup yang seimbang. Etos kerja berkaitan dengan kesungguhan dalam bekerja atau menyelesaikan tugas, sedangkan dapat dipercaya menunjukkan sejauh mana individu dapat dipercaya dan konsisten dalam tindakannya. Kelima aspek ini menegaskan bahwa kontrol diri bukan hanya mencakup pengendalian emosi, tetapi juga keteraturan dalam berpikir dan bertindak, yang sangat relevan dalam situasi konsumen menghadapi godaan digital seperti penawaran eksklusif dalam game.

Selain itu, Ghufron dan Risnawita (2010) mengelompokkan kontrol diri ke dalam tiga aspek utama yang turut menjelaskan mekanisme individu

dalam menahan perilaku konsumtif. Pertama, kontrol perilaku, yaitu kemampuan untuk mengendalikan respons terhadap stimulus eksternal seperti diskon atau promosi. Kedua, kontrol kognitif, yang merujuk pada kapasitas untuk mengevaluasi informasi secara logis dan mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan konsumsi. Ketiga, kontrol keputusan, yakni kemampuan untuk memilih tindakan yang sejalan dengan tujuan jangka panjang, seperti menunda pembelian demi kebutuhan yang lebih penting. Ketiga aspek ini bekerja secara sinergis dalam membantu individu menahan dorongan sesaat dan membuat keputusan pembelian yang lebih bijak. Kontrol diri yang baik dapat sangat membantu individu dalam menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Hal ini selaras dengan temuan Nugraha dan Nurwidawati (2024), yang menunjukkan bahwa individu dengan kontrol diri tinggi cenderung lebih mampu menahan dorongan untuk membeli barang berdasarkan keinginan sesaat. Kontrol perilaku membantu mereka menghindari godaan dari stimulus, sementara kontrol kognitif memungkinkan mereka untuk melakukan evaluasi kritis sebelum membuat keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif mereka, dan sebaliknya. Dengan demikian, kontrol diri berfungsi sebagai mekanisme utama untuk mengurangi kecenderungan konsumtif, terutama saat individu dihadapkan pada berbagai stimulus komersial dalam lingkungan permainan online.

Hasil penelitian Subagio (2019) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki peran dalam mendorong perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa. Sementara itu, Nugraha dan Nurwidawati (2024) menegaskan bahwa rendahnya kontrol diri juga menjadi faktor penting yang memicu kecenderungan konsumtif. Temuan dari kedua penelitian ini mengarah pada pemahaman bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipicu oleh tekanan sosial dari lingkungan, tetapi juga oleh lemahnya kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan internal. Oleh karena itu, pengaruh sosial dan kontrol diri dapat dipahami sebagai dua faktor yang saling terkait dan berkontribusi dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa, khususnya pada mereka yang terpapar stimulus konsumsi secara intensif dalam lingkungan permainan Mobile Legends: Bang Bang.

Dengan pendekatan kuantitatif, peneliti bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut, apakah perilaku konsumtif yang dialami mahasiswa pemain Mobile Legends: Bang Bang dapat dipengaruhi oleh pengaruh sosial dan kontrol diri?

## **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut apakah perilaku konsumtif yang dialami oleh mahasiswa pemain Mobile Legends: Bang Bang merupakan akibat dari pengaruh sosial dan kontrol diri. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sejauh mana kedua faktor tersebut berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif

## **C. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman dalam kajian psikologi, khususnya dalam rumpun Psikologi Kepribadian dan Psikologi Sosial, terkait bagaimana pengaruh sosial dan tingkat kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif pemain game online. Dari sisi Psikologi Kepribadian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam menjelaskan peran kontrol diri sebagai faktor internal individu yang memengaruhi kecenderungan konsumtif. Sementara dari sudut pandang Psikologi Sosial, penelitian ini memberikan pemahaman mengenai sejauh mana pengaruh sosial dari lingkungan virtual memengaruhi keputusan pembelian pemain, terutama dalam konteks permainan berbasis multiplayer online battle arena (MOBA).

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai dinamika perilaku konsumtif dalam komunitas gamer, serta memperkaya literatur ilmiah tentang perilaku konsumen digital dalam era ekonomi virtual yang semakin berkembang.

## **b. Manfaat Praktis**

### **i. Bagi Subjek Penelitian**

Penelitian ini diharapkan membantu pemain game online, khususnya mahasiswa, untuk memahami pengaruh sosial dalam komunitas *gamer* dan pentingnya kontrol diri dalam mengelola pengeluaran untuk item virtual seperti *skin*, *hero*, atau fitur lainnya, sehingga mereka dapat mengatur strategi keuangan secara lebih bijak.

### **ii. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai fenomena perilaku konsumtif di dunia game online. Dengan begitu, masyarakat dapat mendukung terciptanya ekosistem permainan yang lebih sehat, baik dari segi finansial maupun pengelolaan waktu, bagi generasi muda yang aktif bermain game daring.

### **iii. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang ingin menganalisis perilaku konsumtif dalam dunia game online, khususnya terkait pembelian item virtual, faktor sosial dalam komunitas *gamer*, dan dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari

#### D. Keaslian Penelitian

Peneliti telah melakukan studi literature secara mendalam terhadap penelitian-penelitian terdahulu terkait Pengaruh Sosial, Kontrol Diri, dan Perilaku Konsumtif. Pengaruh guna menjadi pijakan dalam penelitian ini. Penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Pengaruh Sosial dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pemain Mobile Legend Bang-Bang di Yogyakarta” ini merupakan pengembangan dari penelitian-penelitian terdahulu, meliputi:

Tabel 1.1 Literature Review

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Subjek dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hergita Syi Vadila Sudarisman	Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswa	(2019)	Averill (1973) - Kontrol Diri	Kuantitatif; Desain korelasional	Skala perilaku konsumtif online (26 item, reliabilitas 0.966); skala kontrol diri (15 item, reliabilitas 0.920)	130 mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta	Terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif online ( $r = -0.861$ ). Semakin tinggi kontrol diri, semakin

								rendah perilaku konsumtif online.
2.	Bagas Tripambudi & Endang Sri Indrawati	Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro	(2018)	Averill (1973) - Kontrol Diri	Kuantitatif; Analisis regresi sederhana	Skala kontrol diri (26 item valid, reliabilitas 0.935); skala konsumtif gadget (26 item valid, reliabilitas 0.895)	207 mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro	Terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif gadget ( $r = -0.207$ ). Semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif gadget. Kontrol diri memberikan kontribusi 4.3% terhadap perilaku konsumtif gadget

3.	Ance M. Siallagan, Imelda Derang & Piarni Gustin Nazara	Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di STIKes Santa Elisabeth Medan	(2020)	Averill (1973) - Kontrol Diri	Kuantitatif; Cross-sectional	Kuesioner kontrol diri (20 item, reliabilitas 0.917) dan perilaku konsumtif (25 item, reliabilitas 0.943)	135 mahasiswa prodi Ners STIKes Santa Elisabeth Medan	Terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan kontrol diri tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih rendah
4.	Ummi Aiman & David Hizkia Tobing	Pengaruh Kontrol Diri Rendah terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Remaja	(2022)	Averill (1973) - Kontrol Diri	Kuantitatif; Desain korelasional	Skala kontrol diri dan perilaku konsumtif (didasarkan pada teori Engel, Blackwell, & Miniard)	109 remaja pengguna belanja online	Kontrol diri rendah berhubungan signifikan dengan perilaku konsumtif. Semakin rendah kontrol diri, semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja

5.	Husnia Annafila & Luthfiatuz Zuhroh	Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping bagi Mahasiswa	(2022)	Averill (1973) - Kontrol Diri; Miniard dkk, (1994) - Perilaku Konsumtif	Kuantitatif; Analisis regresi sederhana	Skala kontrol diri (24 item valid, reliabilitas 0.865); Skala konsumtif (27 item valid, reliabilitas 0.875)	109 mahasiswa prodi Psikologi Universitas Islam Raden Rahmat Malang	Terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif online. Kontrol diri tinggi mengurangi perilaku konsumtif online secara signifikan
6.	Hanum Sasmitanisha Ayu Mumpuni & Aski Marissa	Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce pada Wanita Dewasa Awal saat Pandemi Covid-19	(2023)	Averill (1973) - Kontrol Diri	Kuantitatif; Analisis regresi sederhana	Kuesioner kontrol diri dan perilaku konsumtif berbasis Likert	102 wanita dewasa awal pengguna e-commerce	Kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ( $R^2=0.356$ ). Kontrol diri menjelaskan 35.6% variasi perilaku konsumtif pada

								wanita dewasa awal pengguna e-commerce selama pandemi
7.	Puji Lestari	Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater	(2024)	Minor & Mowen (2022) - Gaya Hidup; Vahdat (2020) - Lingkungan Sosial	Kuantitatif; Regresi Linier Berganda	Kuesioner berbasis skala Likert (5 poin) untuk lingkungan sosial, gaya hidup, dan perilaku konsumtif	50 mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah ITB AAS Indonesia	Gaya hidup berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan lingkungan sosial tidak signifikan. Secara simultan, kedua variabel berkontribusi 41%.
8.	Subagio	Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	(2019)	Kotler (1997) - Perilaku Konsumen; Peter & Olson (2000) - Lingkungan Sosial	Kuantitatif; Regresi Linier Berganda	Kuesioner dengan indikator lingkungan sosial (kelompok primer, kelompok teman sebaya) dan	126 mahasiswa Prodi Pendidikan Olahraga dan Kesehatan	Lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

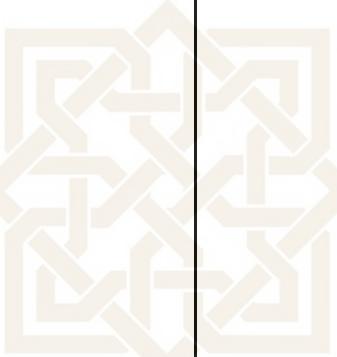
		FPOK IKIP Mataram				perilaku konsumtif	IKIP Mataram	mahasiswa. Kelompok primer (keluarga) dan teman sebaya memiliki peran utama dalam pengaruhnya.
9.	Rista Hindyni & Siti Nurhaliza	Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Djuanda	(2024)	Peter & Olson (2000) - Lingkungan Sosial; Al Shabiyah (2019) - Gaya Hidup	Kuantitatif; Analisis Regresi Linier Berganda	Kuesioner dengan skala Likert untuk variabel lingkungan sosial, hidup, dan perilaku konsumtif	30 mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Djuanda, Angkatan 2022	Lingkungan sosial dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 18.1%, sisanya dipengaruhi variabel lain.

10.	Arya Kusuma Nugraha & Desi Nurwidawati	Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pemain Game Online	(2024)	Averill (1973) - Kontrol Diri; Engel dkk, (1994) - Perilaku Konsumtif	Kuantitatif; Korelasional	Skala kontrol diri (berbasis teori Averill); skala perilaku konsumtif (berbasis teori Engel dkk,)	260 pemain <i>Mobile Legends</i> di Pulau Jawa, usia 12-27 tahun	Terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif ( $r = -0,538$ ). Semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif pada pemain game online.
11.	RyanValiansyah , Andik Matulessy & Nindia Pratitis	Pembelian impulsif pada mahasiswa: Bagaimana peranan kerentanan pengaruh intepersonal?	(2023)	Bearden, Netemeyer, & Teel (1989) – Susceptibility to Interpersonal Influence	Kuantitatif; Desain korelasional	Skala kerentanan pengaruh interpersonal (18 item valid, 2 aspek: normatif dan informasional); skala pembelian impulsif (17 item valid, 2 aspek: kognitif & afektif) berdasarkan	130 mahasiswa dari 6 perguruan tinggi di Surabaya (sampling insidental)	Terdapat hubungan positif signifikan antara kerentanan pengaruh interpersonal dan pembelian impulsif ( $r = 0,619$ ; $p < 0,001$ ). Kerentanan pengaruh

						Verplanken & Herabadi (2001), reliabilitas skala impulsif $\alpha = 0,818$ .		interpersonal berkontribusi sebesar 39,6% terhadap perilaku pembelian impulsif. Semakin tinggi kerentanan, semakin tinggi impulsif buying.
12.	Siti Maskhuroh, Theda Renanita	Pembelian Kompulsif Ditinjau dari Kontrol Diri pada Guru Sekolah Dasar	(2018)	Tangney, Baumeister, & Boone (2004) – <i>Self-Control</i> Faber & O'Guinn (1989) – <i>Compulsive Buying</i>	Kuantitatif; Desain korelasional	Skala Kontrol Diri (36 item, $\alpha = 0.816$ ); Skala Pembelian Kompulsif (7 item hasil reduksi dari 14 item, $\alpha = 0.701$ ), diadaptasi dari Faber & O'Guinn (1989) dan digunakan sebelumnya oleh Phau & Woo (2008).	46 guru SD Negeri di Kabupaten Tangerang	Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan pembelian kompulsif ( $r = -0,419$ ; $p = 0,002$ ). Semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah kecenderungan pembelian kompulsif. Guru dengan kontrol

								diri rendah rentan melakukan pembelian karena dorongan stres.
13.	Chao Liu, Feiyan Liu	<i>The Study of the Effect of Virtual Brand Community Interaction on Impulse Buying: The Moderating Role of Self-Construal</i>	(2020)	Social Identity Theory (Tajfel), Self-Construal (Markus & Kitayama)	Kuantitatif; Survei (kuesioner online & offline)	Interaksi komunitas (9 item: human-machine, information, interpersonal), Self-Construal (8 item: independent & interdependent), Impulse Buying (4 item). Semua skala diukur dengan skala Likert 5 poin; reliabilitas tiap konstruk > 0.8; validitas konfirmatori terpenuhi.	312 responden anggota komunitas brand virtual di China (vivo & pollen club)	Tiga jenis interaksi komunitas (human-machine, information, interpersonal) berpengaruh positif signifikan terhadap impulse buying. Self-construal berperan sebagai variabel moderasi: <i>interdependent</i> memperkuat, <i>independent</i> melemahkan pengaruh

								interaksi terhadap impulse buying. Informational interaction memiliki pengaruh paling kuat terhadap perilaku impulsif.
14.	Wang, Pan, Xu, Luo, & Wu	<i>The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce</i>	(2022)	Self-Control Theory (Haws et al.), Big Five Personality Traits (Gosling et al.), Collectivism (Hofstede), Emosi Negatif	Kuantitatif; Survei online; SEM (AMOS 27.0)	30 item skala Likert 7 poin: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsive Buying: Mattila &amp; Wirtz (2008)</li> <li>• Self-control: Haws et al. (2012)</li> <li>• Collectivism: Badgaiyan &amp; Verma (2014), Singelis et al. (1995)</li> <li>• Emosi negatif: Verhagen &amp; Dolen (2011)</li> <li>• Personality:</li> </ul>	425 responden pengguna e-commerce (majoritas mahasiswa) di Zhejiang, Tiongkok	Self-control memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku impulsif. Collectivism dan emosi negatif berpengaruh positif terhadap perilaku impulsif. Self-control juga

					<p>Gosling et al. (2003)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsive buying tendency: Badgaiyan et al. (2016)</li> </ul>		<p>mempengaruhi perilaku impulsif secara tidak langsung melalui mediasi emosi negatif. Penelitian ini menyarankan peningkatan self-control untuk konsumsi berkelanjutan.</p>
--	--	--	--	--	---	--	--



Berdasarkan *literature review* terhadap penelitian terdahulu yang telah diteliti sebelumnya, ditemukan beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, yakni sebagai berikut :

### **1) Keaslian Topik**

Penelitian ini berfokus pada Hubungan antara pengaruh sosial dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pemain Mobile Legends: Bang Bang di Yogyakarta. Penelitian sebelumnya yang relevan telah dilakukan oleh Arya Kusuma Nugraha dan Desi Nurwidawati (2024), yang menemukan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri individu, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif pada pemain game online, dan sebaliknya. Selain itu, penelitian terkait pengaruh sosial terhadap perilaku konsumtif juga telah dilakukan oleh Subagio (2019), yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, di mana kelompok primer seperti keluarga dan teman sebaya menjadi faktor utama dalam memengaruhi pola konsumsi mereka.

Setelah melakukan literature review dapat diketahui bahwa antara pengaruh sosial dan kontrol diri, belum ada riset yang menggabungkan keduanya dan kemudian dikaitkan dengan perilaku konsumtif. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki kebaharuan topik yaitu menggabungkan kedua variabel bebas secara bersamaan dengan variabel tergantung.

## 2) Keaslian Teori

Keaslian teori dalam penelitian ini terletak pada pemilihan *grand theory* yang berbeda dari beberapa penelitian sebelumnya. Variabel perilaku konsumtif dianalisis menggunakan model keputusan konsumen dari Engel, Blackwell, dan Miniard (EBM Model) yang juga digunakan dalam penelitian Husnia Annafila & Luthfiatuz Zuhroh (1994) serta Arya Kusuma Nugraha & Desi Nurwidawati (2024). Teori ini dipilih karena mampu menjelaskan perilaku pembelian secara menyeluruh, mulai dari tahap pra-pembelian, saat pembelian, hingga pasca pembelian. Untuk variabel pengaruh sosial, penelitian ini mengacu pada konsep *Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence* dari Bearden, dkk (1989), sebagaimana diterapkan dalam penelitian Ryan Valiansyah, Andik Matulessy, dan Nindia Pratitis (2023). Teori ini dipilih karena dapat mengukur pengaruh sosial baik dalam konteks keinginan untuk diterima secara sosial maupun dalam pengambilan keputusan berdasarkan informasi dari lingkungan sosial, khususnya pada mahasiswa pemain Mobile Legends: Bang Bang di Yogyakarta. Adapun variabel kontrol diri dijelaskan melalui teori yang dikembangkan oleh Tangney dkk, (2018), serupa dengan yang digunakan oleh Siti Maskhuroh & Theda Renanita (2018). Teori ini dinilai relevan karena menjelaskan kemampuan individu dalam mengelola dorongan, emosi, dan perilaku secara efektif untuk mencapai tujuan jangka panjang, yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini.

### **3) Keaslian Alat Ukur**

Penelitian ini menggunakan instrumen yang dikembangkan secara mandiri oleh peneliti dengan merujuk pada teori-teori yang relevan. Variabel perilaku konsumtif dibangun berdasarkan teori Engel, Blackwell, dan Miniard (1994), variabel pengaruh sosial mengacu pada teori Bearden, Netemeyer, dan Teel (1999), sementara variabel kontrol diri disusun berdasarkan teori dari Tangney, Baumeister, dan Boone (2018). Definisi konseptual dan aspek-aspek dari masing-masing teori dijadikan acuan dalam penyusunan alat ukur. Dalam konteks ini, peneliti merancang instrumen secara spesifik untuk mengukur perilaku konsumtif terkait pembelian item virtual, khususnya dalam game Mobile Legends: Bang Bang. Oleh karena itu, alat ukur ini memiliki unsur kebaruan.

### **4) Keaslian Subjek Penelitian**

Berdasarkan hasil literature review, diketahui bahwa beberapa penelitian sebelumnya juga melibatkan subjek mahasiswa, serupa dengan subjek dalam penelitian ini. Namun demikian, penelitian ini memiliki kebaruan dengan fokus yang lebih spesifik, yaitu pada mahasiswa di Yogyakarta yang bermain Mobile Legend Bang-Bang. Ciri khas subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memainkan Mobile Legend Bang-Bang dengan akun yang telah mencapai tingkatan tertentu.

Berdasarkan uraian mengenai keaslian penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki keterbaruan pada beberapa aspek penting. Pertama, keterbaruan pada topik penelitian terletak pada penggabungan dua variabel independen, yaitu pengaruh sosial dan kontrol diri, untuk dikaitkan secara simultan dengan perilaku konsumtif. Kedua, penelitian ini juga menunjukkan kebaruan pada alat ukur yang dirancang khusus oleh peneliti berdasarkan teori Engel, Blackwell, dan Miniard (1994), Bearden, Netemeyer, & Teel (1999), serta Tangney, Baumeister, & Boone (2018). Ketiga, keterbaruan pada subjek penelitian terlihat dari fokus khusus pada mahasiswa di Yogyakarta yang bermain Mobile Legend Bang-Bang dengan spesifikasi akun di tingkat tertentu, yang belum menjadi fokus penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam kajian terkait perilaku konsumtif mahasiswa.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara pengaruh sosial dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pemain Mobile Legends di Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang signifikan secara simultan antara pengaruh sosial dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas secara bersama-sama mampu menjelaskan 60,7% variasi dari perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh eksternal (pengaruh sosial) dan faktor internal (kontrol diri) berperan besar dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa dalam konteks game online.
2. Secara parsial, pengaruh sosial memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi pengaruh sosial yang diterima mahasiswa baik dalam bentuk tekanan dari teman sebaya, tren komunitas game, atau rekomendasi sosial semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian item digital dalam game. Temuan ini sejalan dengan hasil

penelitian Subagio (2019), yang menyatakan bahwa lingkungan sosial mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan perilaku konsumsinya demi citra diri atau pengakuan dari kelompok sebayanya. Daryanti (2023) juga menambahkan bahwa media sosial memperkuat dorongan ini melalui pencitraan gaya hidup digital yang dianggap ideal.

3. Secara parsial, kontrol diri juga memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, mahasiswa dengan kontrol diri yang tinggi dalam konteks penelitian ini tetap menunjukkan perilaku konsumtif, meskipun cenderung bersifat terencana dan selektif. Temuan ini berbeda arah dari penelitian sebelumnya oleh Nugraha & Nurwidawati (2024), Tripambudi & Indrawati (2018), serta Siallagan dkk, (2020) yang umumnya menemukan hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Namun, hasil yang serupa dengan penelitian ini ditemukan dalam studi oleh Mando & Zakiroh (2020), yang menunjukkan bahwa kontrol diri tinggi tidak selalu menghambat konsumsi, melainkan dapat digunakan untuk membenarkan konsumsi rasional atau terencana.

Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa pemain Mobile Legends tidak hanya dipengaruhi oleh tekanan sosial, tetapi juga oleh keputusan pribadi yang bersifat sadar. Kontrol diri dalam konteks ini bukan berarti menahan konsumsi, tetapi dapat digunakan untuk mengarahkan konsumsi ke bentuk yang dianggap sepadan, seperti pembelian strategis saat event terbatas atau promosi terbuka dalam game.

## **B. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti merumuskan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

### **1. Bagi Responden Penelitian**

- a) Tingkatkan kontrol diri dengan membuat batas pengeluaran bulanan khusus untuk pembelian item virtual (misalnya skin atau diamond), dan patuhi anggaran tersebut.
- b) Sadari adanya pengaruh sosial: sebelum melakukan pembelian, renungkan apakah keputusan itu muncul dari kebutuhan pribadi atau sekadar dorongan untuk “keep up” dengan teman atau komunitas.
- c) Manfaatkan fitur reminder atau aplikasi pengelola keuangan untuk memantau pengeluaran game, sehingga dorongan impulsif dapat ditekan.
- d) Bentuk atau ikuti kelompok diskusi peer-to-peer baik secara daring maupun luring untuk saling mengingatkan dan berbagi pengalaman dalam mengelola pengeluaran game.

### **2. Bagi Perguruan Tinggi**

- a) Selenggarakan workshop financial literacy khusus bagi mahasiswa, dengan modul tentang budgeting digital, pengendalian impuls, dan dampak jangka panjang perilaku konsumtif.

- b) Sediakan layanan konseling atau mentoring bagi mahasiswa yang merasa kesulitan mengelola keuangan terkait hobi game, termasuk pendampingan dalam menetapkan tujuan pengeluaran yang sehat.
- c) Fasilitasi klinik self-control atau pelatihan keterampilan regulasi diri (misalnya teknik mindfulness) yang dapat membantu mahasiswa menahan dorongan pembelian impulsif dalam berbagai konteks, termasuk game online.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a) Perluas model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif, seperti literasi keuangan digital, kecerdasan emosional, atau gaya hidup daring. Gunakan metode campuran (mixed methods) atau desain longitudinal untuk menganalisis perubahan perilaku konsumtif dan kontrol diri dari waktu ke waktu.
- b) Pertimbangkan pengambilan sampel yang lebih luas lintas kota atau lintas platform game untuk meningkatkan generalizabilitas temuan.
- c) Selidiki efektivitas intervensi penguatan kontrol diri (misalnya pelatihan mindfulness) melalui eksperimen terkontrol untuk melihat dampaknya langsung pada penurunan perilaku konsumtif.

### **4. Bagi Pengembang dan Platform Pembayaran**

- a) Implementasikan fitur spending limit atau spending alert dalam aplikasi (in-game), sehingga pengguna dapat mengatur dan memantau batas belanja mereka secara proaktif.
- b) Tambahkan pesan edukatif di saat proses top-up atau checkout misalnya “Ingat anggaran Anda!”, “Apakah Anda yakin ingin melanjutkan?” untuk menumbuhkan kesadaran sebelum transaksi.



## DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, A., Prasetyo, M. E., & Linando, S. I. (2022). Analisis Visual Karakter Hero Dengan Skin Legend Pada “Mobile Legends:Bang Bang.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 6(1), 60. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i1.12936.2022>

Aiman, U., & Tobing, D. H. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Rendah terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Remaja. *Psikobuletin:Buletin Ilmiah Psikologi*, 3(2), 93. <https://doi.org/10.24014/pib.v3i2.9930>

Anandya, D., Indarini, & Darsono, B. P. A. (2023). The Effect of Flow Factor on Brand Attitude and Purchase Intention in Mobile Legend: Bang-Bang. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 4(3), 159–166. <https://doi.org/10.24123/jeb.v4i3.5812>

Anggit, I., & Sidik, S. (2019). *Industri Game Bernilai Rp 12 T, Apa Langkah Jokowi?* Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190413220346-37-66575/industri-game-bernilai-rp-12-t-apa-langkah-jokowi>

Annur, C. M. (2023). *Mobile Legends, Game Seluler Paling Disukai di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/04/06/mobile-legends-game-seluler-paling-disukai-di-indonesia#:~:text=Berdasarkan hasil survei digital dari Telkomsel%2C,responden memainkan game ini>

Apriani, R. (2024). *Menguasai Sistem Koleksi Skin Mobile Legends: Panduan Lengkap untuk Kolektor*. Radarlebong.Bacakoran.Co. <https://radarlebong.bacakoran.co/read/9849/menguasai-sistem-koleksi-skin-mobile-legends-panduan-lengkap-untuk-kolektor>

Athii'uullah, A. M., & Hadi, N. (2024). Perilaku Konsumtif: Non-professional Player pada Game Online Mobile Legends di Kota Malang. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(1), 50–60. <https://doi.org/10.24036/scs.v11i1.635>

Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>

Azwar, S. (2005). *Dasar-Dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2022). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.

Baumeister, R. F. (2018). *Self-Regulation and Self-Control* (1st Editio). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315175775>

Bearden, W., & Netemeyer, R. (1999). *Handbook of Marketing Scales* (H. Briggs (ed.); Second). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452224923>

Benmiloud, N. (2024). *Social media and consumer impulse buying : A Systematic Review of Literature* Social media and consumer impulse buying : A Systematic Review of Literature. 5(5), 22–45.

Cha, J. (2011). Exploring the internet as a unique shopping channel to sell both real and virtual items: A comparison of factors affecting purchase intention and consumer characteristics. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12(2), 115–132.

Chapple, C. (2020). *Mobile Legends Revenue Passes \$500 Million as Southeast Asia Powers Explosive Growth.* Sensortower.Com. <https://sensortower.com/blog/mobile-legends-revenue-500-million>

Churin In, Hasanah, M., & Sholichah, I. F. (2024). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Gresik. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(3), 287–304. <https://doi.org/10.58192/populer.v3i3.2588>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In *SAGE Publications, Inc.: Vol. Sixth Edit* (Sixth, Issue 1). Sage Publications. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Daryanti, S. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII* (Issue I). <https://repository.unja.ac.id/id/eprint/45366>

Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629–636. <https://doi.org/10.1037/h0046408>

Engel, J. F., Blackweel, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *PERILAKU KONSUMEN* (Keenam (ed.)). Binarupa Aksara.

Evelina, L. W., & Pebrianti, D. E. (2021). Perilaku Konsumtif Bandwagon Effect Followers Instagram Shopee pada Event Flash Sale. *Warta ISKI*, 4(2), 99–110. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.127>

Firmansyah, H. (2024). *Panduan Lengkap Affinity Mobile Legends.* DuniaGames.Com. <https://duniagames.co.id/discover/article/affinity-mobile-legends>

Fitriana, L. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Metro Angkatan 2015 Sebagai Nasabah Bank Konvensional. *Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*.

Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. (2019). EDUCATIONAL RESEARCH Competencies for Analysis and Applications. In P. D. Bennett (Ed.), *United States of America* (10th ed.). Pearson Education, Inc. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariaete SPSS* 23 (8th ed.). Badan Peberbit Universitas Diponegoro.

Ghulfron, M. N., & Risnawita, R. S. (2010). *Teori-teori Psikologis*.

Guo, Y. U. E., & Barnes, S. J. (2012). Explaining purchasing behavior within world of warcraft. *Journal of Computer Information Systems*, 52(3), 18–30.

Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 5(1), 14–29.

Hindyni, R., & Nurhaliza, S. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup

Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3288–3296. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12243>

Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92. <https://doi.org/10.2307/1251707>

Hofmann, W., Baumeister, R. F., Förster, G., & Vohs, K. D. (2012). Everyday temptations: An experience sampling study of desire, conflict, and self-control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6), 1318–1335. <https://doi.org/10.1037/a0026545>

Hollebeek, L. D., Abbasi, A. Z., Schultz, C. D., Ting, D. H., & Sigurdsson, V. (2022). Hedonic consumption experience in videogaming: A multidimensional perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102892. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102892>

Husnia Annafila, F., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Raden rahmat Malang. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27. <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.894>

Jessica, M. (2022). *Pengaruh Nilai Kesenangan dan Ekspresi Diri Visual Skin Terhadap Niat Beli Ulang Skin Game Mobile Legends di Jakarta yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen*. September.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *MANAJEMEN PEMASARAN Jilid 1* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Erlangga.

Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2709>

Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: Young consumers. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(6), 573–586. <https://doi.org/10.1108/02634500810902839>

Lestari, P. (2024). *Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 3(01), 204–211.

Lifestyle, T. (2016). *Pemain Game di Indonesia Makin Meningkat, Mobile Legends Bang Bang Jadi Mobile Game Terpopuler*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5749764/pemain-game-di-indonesia-makin-meningkat-mobile-legends-bang-bang-jadi-mobile-game-terpopuler?page=3>

Liu, C., & Liu, F. (2020). The Study of the Effect of Virtual Brand Community Interaction on Impulse Buying: The Moderating Role of Self-Construal. *Open Journal of Business and Management*, 08(02), 414–427. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.82026>

Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>

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>

Mando, I. putri A., & Zakrioh, S. D. (2020). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Menggunakan Online Shopping Pada Karyawan Pt.Valdo Sumber Daya Mandiri. *Jurnal Psikologi Humanistik* 45, Vol 8 No 1 (2020): *Jurnal Psikologi Humanistik* 45. <https://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/humanistik/article/view/176>

Maskhuroh, S., & Renanita, T. (2018). Pembelian Kompulsif Ditinjau dari Kontrol Diri Guru Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 2(1), 15. <https://doi.org/10.25077/jip.2.1.15-24.2018>

Mason, W. A., Conrey, F. R., & Smith, E. R. (2007). Situating social influence processes: Dynamic, multidirectional flows of influence within social networks. *Personality and Social Psychology Review*, 11(3), 279–300. <https://doi.org/10.1177/1088868307301032>

Melamed, D., Savage, S. V., & Munn, C. (2019). Uncertainty and Social Influence. *Socius*, 5. <https://doi.org/10.1177/2378023119866971>

Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 4. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>

Mumpuni, H. S. A., & Marissa, A. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Pada Wanita Dewasa Awal Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2111–2123. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1349>

Musthawafi, G. A., & Sulismadi, S. (2024). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Platform Online Shop Di Kota Malang. *Edu Sociata ( Jurnal Pendidikan Sosiologi)*, 7(1), 299–308. <https://doi.org/10.33627/es.v7i1.1968>

Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1).

Navarro, D., & Foxcroft, D. (2025). *Learning Statistics With Jamovi A Tutorial For Beginners In Statistical Analysis*: Vol. 0.70. Open Book Publishers. <https://doi.org/10.11647/OBP.0333>

Nugraha, A. K., & Nurwidawati, D. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pemain Game Online. *Jurnal Psikologi, Filsafat Dan Saintek*, 8762, 100–112. <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/afeksi/article/view/2048>

Ou, C. C., Chen, K. L., Tseng, W. K., & Lin, Y. Y. (2022). A Study on the Influence of Conformity Behaviors, Perceived Risks, and Customer Engagement on Group Buying Intention: A Case Study of Community E-Commerce Platforms. *Sustainability (Switzerland)*, 14(4). <https://doi.org/10.3390/su14041941>

Peters, S., & Leshner, G. (2013). Get in the game: The effects of game-product congruity and product placement proximity on game players processing of brands embedded in advergames. *Journal of Advertising*, 42(2–3), 113–130. <https://doi.org/10.1080/00913367.2013.774584>

Pratama, R. A. (2023). *Harga diamond Mobile Legends jika dirupiahkan*.

Onesports.Id. <https://www.oneesports.id/mobile-legends/harga-diamond-mobile-legends-rupiah>

Putra, R. A., Rahman, A., & Trinugraha, Y. H. (2022). Hiperkonsumerisme Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Pemain Game Mobile Legends: Bang Bang (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret). *Journal of Development and Social Change*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/jodasc.v5i2.60923>

Rachman, M. A., & Ghazali, M. L. (2023). Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Game Online Pada Remaja di Kelurahan Siwalankerto Kota Surabaya Perspektif Maslahah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1698. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7912>

Rahmadianti, R. N., Nasution, A. H., & Sugihartanto, M. F. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Virtual Item dalam Online Mobile Game (Studi Kasus: Mobile Legends Bang Bang). *Jurnal Teknik ITS*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.70332>

Rani, D., Hasibuan, E. J., & Barus, R. K. I. (2019). Dampak Game Online Mobile Legends : Bang Bang Terhadap Mahasiswa Impact Of Online Mobile Legends Game : Bang Bang For Students. *Perspektif*, 7(1), 6–12.

Ravinder, E. B., & Saraswathi, A. B. (2020). Literature Review Of Cronbachalpha coefficient (A) And McDonald's Omega Coefficient ( $\Omega$ ). *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(6), 2943–2949. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35489.53603>

Razak, A. H., & Suryani, B. (2023). *Berapa Biaya Hidup Mahasiswa di Jogja per Bulan? Ini Hasil Surveinya*. Harian Jogja. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2023/01/05/510/1122323/berapa-biaya-hidup-mahasiswa-di-jogja-per-bulan-ini-hasil-surveinya>

Rifki, B. (2022). *Fantastis! Jumlah Pemain Esports di Indonesia Capai 52 Juta Orang*. Esports.Id. [https://esports.merahputih.com/other/news/2022/01/d2ab2b971ff0dc34b54c0eaa664873f0/fantastis-jumlah-pemain-esports-di-indonesia-capai-52-juta-orang#google\\_vignette](https://esports.merahputih.com/other/news/2022/01/d2ab2b971ff0dc34b54c0eaa664873f0/fantastis-jumlah-pemain-esports-di-indonesia-capai-52-juta-orang#google_vignette)

Rosyida, S., & Anjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Store Atmosfer Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 105. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160107.id>

Saputra, A., Jumri Salam, N., Azikin, A., Studi Komunikasi dan Penyiaran islam, P., & Agama Islam Negeri Bone, I. (2024). *Dampak Game Online Mobile Legends: Bang Bang Pada Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Bone*. 1(2), 2020–2025.

Saputri, I., & Sucipto, R. H. (2023). Pengaruh Financial Literacy Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Virtual Goods Game Online Mobile Legends. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 2(2), 90–96. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v2i2.4660>

Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal*

*Ilmiah M-Progress*, 10(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.371>

Siallagan, A. M., Derang, I., & ... (2020). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung* ....  
<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>

Solomon, M. R. (2020). *CONSUMER BEHAVIOR Buying, Having, and Being* (I. Sinha (ed.); Thirteenth). Pearson Education.

Subagio, S. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (Fpok) Ikip Mataram. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 3(3), 209–222. <https://doi.org/10.58258/jisip.v3i3.935>

Sudarisman, H. S. V. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.43308>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sutjipto, K. (2020). *Pecahkan 1 Milyar Unduhan, Kenapa Mobile Legends Sangat Populer?* Ligagame.Tv. <https://www.ligagame.tv/mlbb/kenapa-mobile-legends-sangat-populer>

Tajuddien, R., & Praditya, A. (2022). Pengaruh Sosial Media terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Online Marketplace. *Jurnal Arastirma*, 2(2), 180. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v2i2.23169>

Tanjungsari, H. K., & Lunardy, D. (2016). Pengaruh Persepsi Nilai Pada Intensi Pembelian Produk Virtual Yang DiMediasi Oleh Kepuasan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, VI(June 2016), 261–279.

Tankard, M. E., & Paluck, E. L. (2016). Norm Perception as a Vehicle for Social Change. *Social Issues and Policy Review*, 10(1), 181–211. <https://doi.org/10.1111/sipr.12022>

Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>

Umami, N., & Maryani, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomiuniversitas Bhinneka Pgri Semester Viii Tahun Akademik 2021/2022. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(9), 971–979. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i9.824>

Valentina, E., & Sari, W. P. (2019). Studi Komunikasi Verbal dan Non Verbal Game Mobile Legends: Bang Bang. *Koneksi*, 2(2), 300. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3899>

Valiansyah, R., Matulessy, A., & Pratitis, N. (2023). Pembelian impulsif pada mahasiswa: Bagaimana peranan kerentanan pengaruh interpersonal? *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(4), 539–549.

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>

Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resource

availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, 33(4), 537–547. <https://doi.org/10.1086/510228>

Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127500>

Whang, L. S. M., & Kim, J. Y. (2005). The comparison of online game experiences by players in games of Lineage & EverQuest: Role play vs. Consumption. *Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views - Worlds in Play*.

Wijaya, G. A., & Santi, F. (2024). The Influence of the Mobile Legends E-Sport Phenomenon on Student Financial Behavior. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 280–285. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.852>

Zulfikar, F. (2024). *Biaya Gaya Hidup Mahasiswa 2024 di Jogja Meningkat: Terbanyak untuk Skincare*. DetikEdu. <https://www.detik.com/edu/perguruan-tinggi/d-7486796/biaya-gaya-hidup-mahasiswa-2024-di-jogja-meningkat-terbanyak-untuk-skincare>

