



## HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PEMAIN *GAME ONLINE*

<sup>1</sup>Arya Kusuma Nugraha, <sup>2</sup>Desi Nurwidawati

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: <sup>1</sup>[arya.20032@mhs.unesa.ac.id](mailto:arya.20032@mhs.unesa.ac.id), <sup>2</sup>[desinurwidawati@unesa.ac.id](mailto:desinurwidawati@unesa.ac.id)

### Abstract

There are virtual items like diamonds and skins that can be purchased in online games, creating a negative phenomenon among players, namely consumer behavior tendencies. Good self-control will be able to minimize consumerism. This study aims to find out the correlation between self-control and consumer behavior in online gamers. The method used in the research is quantitative with correlational techniques which means to reveal the relationship between the two variables studied. The sampling technique uses accidental techniques because of the infinite population, then determining the number of samples using the Malhotra formula and obtaining the research sample is 260 players with a sample for tryout is 60 players. The self-control scale and the Consumer Behavior Scale are used, with Pearson's correlation analysis through JASP. As a result, there is a significant relationship  $<0,001$  ( $p<0,05$ ) with a correlative coefficient score of  $-0,538$ , meaning that there are strong enough and negative relationships, the better or higher self-controlled you have, then consumer behavior will be lower, and vice versa.

### Abstrak

Adanya barang virtual semacam *diamond* dan juga *skin* yang bisa dibeli dalam permainan berbasis *online*, memunculkan fenomena bersifat negatif diantara para pemain, yaitu kecenderungan berperilaku konsumtif. Kontrol diri yang baik akan dapat meminimalkan tindakan konsumtif. Penelitian ini mempunyai tujuan yakni untuk mengetahui korelasi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada pemain *game online*. Metode yang dipakai dalam penelitian yaitu kuantitatif dengan teknik korelasional yang berarti akan mengungkap hubungan antar kedua variabel yang diteliti. Teknik *sampling* menggunakan teknik *accidental* karena populasi infinit, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Malhotra dan didapatkan sampel penelitian adalah 260 pemain, dengan sampel *tryout* 60 pemain. Skala kontrol diri dan Skala perilaku konsumtif digunakan, dengan analisis korelasi *Pearson* melalui JASP. Hasilnya, terdapat hubungan signifikan  $<0,001$  ( $p<0,05$ ) dengan skor koefisien korelasi  $-0,538$ , artinya ada hubungan cukup kuat dan bersifat negatif, semakin baik atau tinggi kontrol diri yang dimiliki, maka perilaku konsumtif akan semakin rendah, begitupun sebaliknya.

### Pendahuluan

Permainan berbasis online atau *game online* telah populer di kalangan masyarakat modern saat ini. *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) adalah satu jenis *game online* yang terkenal di Indonesia. *Game* tersebut mempunyai genre MOBA (*Massive Online Battle Arena*) yang dibuat oleh *developer* Moonton ini rilis sekitar tahun 2016 lalu untuk perangkat seluler Android dan IOS (Irwandi et al., 2021). Dilansir dari artikel Tempo.co, Nimo TV pada 2019 mencatat bahwa 29,4% pengguna dari Indonesia telah berkontribusi aktif dalam *game* tersebut dari total 170 juta pengguna aktif dalam lingkup global (Alfarizi, 2019). Dalam *game online*, tersedia barang virtual yang bisa dimiliki pemain melalui pembelian menggunakan mata uang yang berlaku dalam *game online* terkait, contohnya *Diamonds*, *Golds*, dan lain-lain. Barang virtual tersebut biasanya hanya dapat dibeli dengan menukarkan mata uang asli (misal Rupiah) ke bentuk mata uang dalam *game online* tersebut (misal *Diamonds*), kegiatan tukar-menukar dan pembelian ini biasa disebut dengan istilah *Topup*. Barang virtual yang tersedia pada *game online* menjadi sumber pemasukan untuk perusahaan atau *developer* tersebut, yakni

### Article History

Submitted: 21 Juni 2024

Accepted: 24 Juni 2024

Published: 1 Juli 2024

### Key Words

Self-control,  
Consumer Behavior,  
Online Game  
Players.

### Sejarah Artikel

Submitted: 21 Juni 2024

Accepted: 24 Juni 2024

Published: 1 Juli 2024

### Kata Kunci

Kontrol Diri, Perilaku  
Konsumtif, Pemain *Game  
Online*.



menggunakan transaksi ekonomi secara virtual melalui *topup* (Herawan & Rachman, 2021). Barang virtual atau item semacam ini memiliki fungsi dan kegunaan yang sama seperti barang di dunia nyata, namun yang membedakan adalah barang virtual atau item ini hanya dapat digunakan dalam *game online* yang dimainkan oleh pemain tersebut (Tololiu & Ahmad, 2023).

Beberapa bentuk barang virtual dalam *game Mobile Legends* yang sering dibeli oleh pemain yaitu berupa *hero*, *skin*, *emote*, stiker, dan lain-lain. Masing-masing barang virtual tersebut dapat dibeli dengan melakukan *topup diamond* dengan harga yang beragam. Untuk barang virtual yakni berupa *skin*, mempunyai tingkatannya tersendiri, mulai dari *skin elite*, *starlight*, *special*, *epic*, *legends*, *collector*, *limited*, *skin* kolaborasi (KoF, AoT, dan lainnya), dan lain sebagainya. Berdasarkan tingkatan *skin* tersebut, masing-masing mempunyai harga yang berbeda, biasanya semakin tinggi tingkatannya maka akan semakin mahal. Perusahaan atau industri *game online* bisa menjadikan tindakan konsumen (pemain) sebagai peluang bisnis yang menggiurkan, yakni melalui pengadaan semacam *events* yang membuat pemain semakin tertarik untuk melakukan *topup* (Suryono & Apol, 2016), dalam *game Mobile Legends Bang Bang*, selain *event* yang rutin ditawarkan setiap bulan, adapun *event* lain yang diadakan untuk menarik konsumen (pemain) melakukan *topup*, diantaranya seperti terdapat *event* kolaborasi, *event* tahunan setiap penyelenggaraan turnamen internasional, dan lain-lain. Di Indonesia sendiri, umumnya mempunyai dua metode dalam melakukan pembelian barang virtual ini, pertama melalui *payment gateway* (misal *UniPin*, *Codashop*, dan lainnya), dan kedua melalui *voucher* fisik (misal melalui agen, tenaga penjual, lainnya) (Herawan & Rachman, 2021).

Perilaku konsumtif akan melekat pada diri individu jika melakukan pembelian atau konsumsi tanpa memperhatikan kebutuhan secara rasional, namun hanya menuruti keinginan secara berlebihan saja (Lina & Rosyid, 1997). Adapun beberapa aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid, antaranya yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian tak rasional. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada beberapa menurut (Engel et al., 1994), antaranya yaitu faktor budaya, kelas sosial, kepribadian (kontrol diri), pengalaman belajar, gaya hidup, dan lain-lain. Sedangkan kontrol diri merupakan kesanggupan seseorang dalam membaca situasi atau rasa peka terhadap situasi dan lingkungannya, dan kemampuan mengolah tindakan yang tepat sesuai situasi maupun kondisi tertentu (Ghufron & Risnawita, 2012). Adapun beberapa aspek kontrol diri menurut Averill dalam Ghufron & Risnawita (2012), antaranya yaitu aspek kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Selain itu, beberapa faktor berikut yang dapat mempengaruhi kontrol diri seseorang (Ghufron & Risnawita, 2012), antaranya yaitu faktor internal (usia) dan eksternal (lingkungan keluarga).

Gen Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir pada kurun waktu dari 1997-2012, yang saat ini berusia sekitar 12-27 tahun yang sebagian besar merupakan para pelajar dan mahasiswa (Aristi et al., 2023). Usia generasi Z tersebut dapat dikategorikan pada 2 periode perkembangan, yaitu masa remaja dan masa dewasa awal. Gen Z tidak hanya sekedar suatu kelompok demografis, namun merupakan kelompok aktif yang turut andil dalam suatu perubahan lingkup masyarakat sosial, serta mempunyai peranan penting dalam berbagai aspek seperti budaya, ekonomi, dan lain-lain (Tysara, 2024). Adapun beberapa karakteristik yang dimiliki gen Z tergantung dari latar belakang domisili, lingkungan keluarga, ekonomi, dan lainnya. Menurut Stillman (2018) ada beberapa karakteristik umum pada individu gen Z (dalam L. S. Arum et al., 2023), seperti Digital, *weconomist*, DIY (*Do It Yourself*), dan lain-lain.

Berdasarkan rentang usia gen Z diatas dapat dibedakan menjadi dua periode perkembangan, yaitu masa remaja dan masa dewasa awal. Masa remaja merupakan masa peralihan seseorang dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang berlangsung pada kisaran usia 13-17 tahun (Hurlock, 1996). Terdapat beberapa ciri-ciri pada masa remaja, yaitu masa pencarian identitas dan periode perubahan. Sedangkan masa dewasa awal dimulai pada



usia 18 hingga 40 tahun, dalam prosesnya disertai dengan adanya perubahan baik secara fisik dan psikis (Hurlock, 1996). Pada periode dewasa awal terdapat beberapa ciri yang berbeda dari masa remaja, yaitu masa ketergantungan, masa perubahan nilai, dan masa kreatif.

Perilaku konsumsi dapat dikatakan mengarah ke tindakan yang konsumtif atau berlebihan jika seseorang melakukan pembelian setidaknya lebih dari 2 atau 3 kali. Ketika seseorang melakukan konsumsi lebih dari 2 atau 3 kali dalam satu bulan, maka dapat dikatakan termasuk kategori yang konsumtif karena jika lebih dari 3 kali, dapat diindikasikan bahwa orang tersebut membeli hanya berdasarkan keinginan bukan kebutuhan (Septiani, 2019). Pada penelitian terdahulu, diketahui bahwa pemain *game online* melakukan transaksi barang virtual dalam *game* dilandasi oleh beberapa hal, yakni untuk meningkatkan rasa percaya diri saat bermain, barang virtual yang tersaji dalam *game* terlihat menarik atau keren yang membuat pemain beranggapan perlu atau layak mereka beli, dan rasa penasaran dengan efek yang akan didapatkan pada karakter *game* yang dimainkan (Rachman & Ghozali, 2023). Selain itu, kemudahan dan rasa puas yang diperoleh pemain setelah melakukan pembelian barang virtual dalam *game* yang dimainkan, menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif. Pemain dapat menghabiskan ratusan ribu rupiah setiap bulannya demi membeli barang virtual dalam *game* tersebut, bahkan dapat lebih dari itu ketika terdapat suatu *event* khusus dalam *game* (Rachman & Ghozali, 2023).

Kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumsi, seperti membeli barang hanya karena kesenangan saja, mudah terpengaruh dengan stimulus lain seperti ada diskon, tampilan barang, ajakan teman, dan ingin mencoba hal baru (Diba, 2013). Oleh karena itu, peranan kontrol diri yang baik menjadi hal penting diterapkan dalam mengatur dan mengarahkan perilaku agar terhindar dari tindakan yang konsumtif. Kontrol diri menjadi salah satu faktor dalam kepribadian yang bisa berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang. Hasil beberapa penelitian ditemukan bahwa variabel kontrol diri mempengaruhi konsumtif seseorang dengan persentase 24,1% (Haryani & Herwanto, 2015). Pada penelitian lain menyebutkan bahwa faktor kontrol diri benar mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z (Wulandari et al., 2022). Selain itu, hasil penelitian Arum & Riza pada tahun 2021 terdapat korelasi kuat dan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif (D. Arum & Riza, 2021). Penelitian yang meneliti kontrol diri dan perilaku konsumtif pada pemain *game online* belum banyak dilakukan, sebab pada penelitian terdahulu lebih banyak berfokus meneliti hanya pada subjek pengguna *e-commerce* atau *online shop*, pengguna *go-jek*, pelajar, ataupun penggemar budaya *K-pop*.

Peneliti melakukan survei awal untuk mengetahui informasi dan data pendukung tambahan terkait fenomena penelitian ini. Survei dilakukan pada 91 responden pemain *game Mobile Legends* yang merupakan generasi Z. Berikut beberapa hasil informasi yang telah diperoleh, diantaranya yaitu terdapat 70 pemain yang menjawab dalam waktu satu bulan melakukan *topup* atau pembelian *diamond* dan *skin* sebanyak 2-3 kali, 9 pemain melakukan *topup* sebanyak >3 kali/bulan, dan hanya 12 pemain melakukan *topup* sebanyak 1 kali/bulan. Pemain melakukan *topup* pada waktu-waktu tertentu, sebagian besar mereka menjawab akan melakukan *topup* saat sedang ada suatu *event* dalam *game* (54 orang) dan promo atau diskon (62 orang), dan sisanya menjawab akan melakukan *topup* saat ada rilis *skin* baru (31 orang) dan melakukan *topup* segera setelah mereka mendapat uang atau secara spontan (10 orang). Didapatkan informasi bahwa pemain tersebut melakukan *topup* atau pembelian *diamond* dan *skin* dapat menghabiskan atau mengeluarkan uang yang berbeda-beda. Sebanyak 47 orang menjawab dalam sekali *topup* menghabiskan uang sekitar 100 ribu sampai 300 ribu, 42 orang lainnya dalam sekali *topup* menghabiskan uang <100 ribu, dan 2 orang lainnya dalam sekali *topup* menghabiskan >300 ribu. Alasan pemain melakukan pembelian atau *topup diamond* dan



*skin* tersebut beragam, diantaranya karena tertarik dengan tampilan *skin* yang terlihat bagus dan keren, ingin meng-*upgrade* level *emblem* mereka, tergoda dengan adanya diskon dan *event* berhadiah khusus dan terbatas (*limited*), ingin mempunyai *hero* atau *skin* yang belum dimiliki, rasa penasaran terhadap hadiah dan efek pada *skin* yang dibelinya, ingin tetap ikut tren, serta rasa gengsi dengan teman atau pemain lainnya.

Maka dari itu, sebagai urgensi penelitian, penelitian ini perlu dilakukan untuk meneliti lebih lanjut perihal “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pemain *Game Online*”, sehingga diharapkan dapat memberi edukasi dan pengetahuan tentang pentingnya kontrol diri yang baik sebelum melakukan suatu pembelian agar tidak mengarah ke perilaku yang konsumtif, khususnya para pemain, orang tua atau pihak keluarga, ataupun lembaga pendidikan agar lebih perhatian dan peduli pada fenomena konsumtif dalam *game online* yang berkembang pada era modern ini.

## Metode Penelitian

### A. Jenis dan Rancangan Penelitian

Jenis penelitian adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah bentuk penelitian yang dilakukan dengan menganalisa data dalam bentuk angka-angka yang diperoleh dari kumpulan data yang dilakukan sebelumnya (Jannah, 2018). Adapun beberapa karakteristik dalam metode kuantitatif yaitu data berbentuk angka, data dianalisa melalui rangkaian hitungan statistik, serta terdapat hipotesis yang diajukan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi untuk mengetahui bagaimana hubungan antar variabel yang diteliti.

### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana data didapatkan dan menjangkau subjek yang dibutuhkan. Lokasi pada penelitian ini yaitu secara *online* di beberapa platform media sosial yaitu X (*twitter*), *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Telegram*.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi yaitu lingkup secara menyeluruh atau general yang ditentukan peneliti yang mencakup kriteria ataupun karakter dari subjek yang diteliti (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah pemain *game online Mobile Legends Bang Bang*, merupakan gen Z, berdomisili di pulau Jawa, dan pernah melakukan *topup* atau membeli barang virtual *diamond* dan *skin* dalam *game* tersebut.

#### 2. Sampel

Sampel ialah sebagian cakupan di dalam suatu populasi yang punya kriteria atau karakter yang dapat menggambarkan keseluruhan populasi (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, dikarenakan jumlah populasi termasuk populasi yang infinit (tidak diketahui jumlah pasti), sehingga perlu ditentukan teknik penentuan jumlah sampel yang dibutuhkan. Sehingga, teknik sampling yang diterapkan yakni *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, yakni sampel ditentukan kepada siapa saja yang kebetulan peneliti temukan atau jumpai, dan dinilai telah sesuai atau cocok sebagai responden. Jumlah sampel yang digunakan dihitung menggunakan rumus Malhotra, yaitu setidaknya 4 sampai 5 kali banyaknya aitem pertanyaan. Ditetapkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah:



n = 5 x 52 item pertanyaan

n = 260

Adapun kriteria subjek yang sesuai dengan kebutuhan peneliti, diantaranya yaitu:

1. Bermain *game online Mobile Legends Bang Bang*
2. Pernah melakukan *topup diamond* atau membeli *skin* setidaknya 2 kali/bulan
3. Gen Z usia 12-27 tahun
4. Domisili di Pulau Jawa

#### **D. Variabel dan Definisi Operasional**

##### **1. Variabel bebas**

Variabel bebas atau variabel X dalam penelitian ini adalah kontrol diri.

##### **2. Variabel terikat**

Variabel terikat atau variabel Y dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif.

##### **3. Definisi Operasional**

###### **a) Kontrol Diri**

Kontrol diri adalah kecakapan mengelola atau mengendalikan tindakan pada situasi atau kondisi dengan mempertimbangkan hasil tindakan yang diambil guna menentukan perilaku konsumsi atau pembelian *diamond* dan *skin* dalam *game*, meliputi kontrol perilaku (kemampuan kontrol pelaksanaan dan kontrol stimulus), kontrol kognitif (kemampuan mendapat informasi dan menilai suatu informasi), dan kontrol keputusan (kemampuan menentukan sikap atau tindakan yang diambil dan menentukan hasil atau tujuan yang hendak dicapai).

###### **b) Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah perilaku dalam melakukan *topup* atau pembelian *diamond* dan *skin* yang mengarah ke pembelian yang impulsif (berdasarkan keinginan sesaat atau hasrat tiba-tiba, tanpa melalui pertimbangan matang, tanpa melihat dampak dimasa mendatang, dan cenderung emosional), pemborosan (pembelian secara berlebihan dan tanpa dasar prioritas kebutuhan yang jelas), pembelian tak rasional (mendapat kesenangan semata, rasa gengsi ingin mengikuti tren, dan tanpa meninjau kebutuhan sebenarnya).

#### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh serta menghimpun data dari penelitian yang dilakukan (Arifin, 2014). Pada penelitian ini, instrumen penelitian berupa skala. Skala adalah bentuk instrument yang berupa pertanyaan yang tersedia dalam suatu kuesioner (Jannah, 2018). Pada penelitian ini menggunakan Skala Kontrol Diri dan Skala Perilaku Konsumtif yang dibuat berdasarkan definisi operasional yang telah peneliti tetapkan sebelumnya.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melalui kuesioner (angket) dengan menggunakan *Google form* yang disebarakan melalui media sosial. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner merupakan pengumpulan data yang dilakukan guna mendapat jawaban responden yang telah diberikan melalui pertanyaan tertulis (Sugiyono, 2013). Skala Likert digunakan sebagai skor penilaian skala, terdapat minimal 3 sampai 7 opsi jawaban. Adapun Skala Likert yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut.



Tabel 3.1  
*Skor Penilaian Skala*

Pernyataan	Skor <i>favorable</i> (F)	Skor <i>unfavorable</i> (UF)
SS (Sangat Sesuai)	4	1
S (Sesuai)	3	2
TS (Tidak Sesuai)	2	3
STS (Sangat Tidak Sesuai)	1	4

### G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran dan data yang terkumpul melalui grafik atau tabel, serta teknik korelasi menggunakan bantuan program JASP. Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, jika nilai signifikansi  $p > (\alpha = 0,05)$  maka data dinyatakan berdistribusi normal. Uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *pearson* guna menunjukkan apakah terdapat hubungan pada variabel yang diteliti, jika skor signifikansi  $p < (\alpha = 0,05)$ , maka  $H_a$  dapat diterima. Rentang nilai korelasi yaitu dari angka 0,00 sampai 1,00. Semakin mendekati angka 1,00 maka hubungan antar kedua variabel dapat dikatakan semakin kuat.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Hasil Penelitian

#### 1. Hasil statistik deskriptif penelitian

Berikut hasil statistik deskriptif penelitian ini:

Tabel 4.1  
*Uji Statistik Deskriptif*  
Kontrol Diri (X) Perilaku Konsumtif (Y)

Valid	260	260
Nilai tengah	48.000	48.500
Nilai rata-rata	48.850	48.465
Standar deviasi	6.666	9.770

Berdasarkan data statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwasanya variabel Kontrol Diri mendapatkan skor rata-rata sebesar 48,85, dengan nilai tengah 48, serta nilai standar deviasi sebesar 6,66 dengan nilai minimal dan maksimal secara berurutan yaitu 34 dan 64. Selanjutnya, pada variabel Perilaku Konsumtif diketahui bahwa nilai rata-rata yang diperoleh adalah 48,46, dengan nilai tengah 48,5, serta nilai standar deviasi sebesar 9,77.



Tabel 4.2  
Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif

	Aspek pembelian impulsif	Aspek pembelian pemborosan	Aspek pembelian tak rasional
Valid	260	260	260
Nilai rata-rata	16.523	16.550	15.392

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing aspek perilaku konsumtif mempunyai nilai rata-rata yang berbeda. Aspek pemborosan memiliki nilai rata-rata terbesar yakni 16,55, selanjutnya aspek pembelian impulsif memiliki nilai rata-rata yakni 16,52, dan pada aspek pembelian tak rasional memiliki nilai rata-rata 15,39.

Tabel 4.3  
Statistik Deskriptif Kontrol Diri

	Aspek kontrol perilaku	Aspek kontrol kognitif	Aspek kontrol keputusan
Valid	260	260	260
Nilai rata-rata	24.042	10.042	14.765

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing aspek kontrol diri mempunyai nilai rata-rata yang berbeda. Aspek kontrol perilaku mempunyai nilai rata-rata terbesar yaitu 24,04, selanjutnya aspek kontrol keputusan memiliki nilai rata-rata 14,76, dan aspek kontrol kognitif memiliki nilai rata-rata 10,04.

## 2. Demografi subjek penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 11 hari, yaitu pada tanggal 1 Mei 2024 hingga 11 Mei 2024. Adapun perolehan hasil data berupa distribusi frekuensi demografi dari sampel penelitian yang terdiri dari demografi usia yang diantaranya merupakan pemain usia remaja (13-17 tahun) dan pemain usia dewasa awal (18-27 tahun). Jenis kelamin yang diantaranya 111 laki-laki dan 149 perempuan. Domisili yang diantaranya berasal dari Banten, DI Yogyakarta, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Pendidikan terakhir pemain diantaranya yaitu SMP, SMA/SMK, dan Perguruan Tinggi. Uang saku dalam sebulan yang berada pada rentang <Rp 500.000 hingga >Rp 2.000.000. Frekuensi membeli *skin* dan *topup* dalam sebulan yaitu 2 hingga lebih dari 3 kali dalam satu bulan. Cara melakukan *topup* yang meliputi cara *offline* (melalui agen/penjual toko) dan *online* (melalui website online). Serta nominal uang yang dikeluarkan dalam satu kali *topup* atau membeli *skin* yang berada pada rentang <Rp 100.000 hingga >Rp 500.000.

## 3. Hasil uji normalitas

Uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan pengolahan data melalui program JASP. Uji normalitas ini dilakukan guna mengetahui persebaran data pada variabel yang diteliti telah berdistribusi secara normal atau tidak, jika nilai signifikansi  $p > (\alpha = 0,05)$  maka data dinyatakan berdistribusi normal dan begitu juga sebaliknya.

Tabel 4.4  
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Statistic	p
Kontrol Diri	0,074	0,120
Perilaku Konsumtif	0,053	0,462

#### 4. Hasil uji hipotesis

Uji Hipotesis yang dipakai adalah teknik korelasi *Pearson* guna melihat apakah ditemukan korelasi antara variabel Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Pemain *Game Online*.

Tabel 4.5  
Korelasi Pearson

Interval	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang/Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Tabel 4.6  
Hasil Uji Korelasi Pearson  
Pearson's Correlations

	n	Pearson's r	p
Kontrol Diri (X) - Perilaku Konsumtif (Y)	260	-0.538	< .001

Berdasarkan hasil uji hipotesis melalui analisis uji korelasi *Pearson* diatas, diperoleh skor yakni -0,538 dengan signifikansi p yaitu <0,001. Hasil itu memberikan gambaran adanya korelasi secara signifikan antar variabel (karena nilai  $p < 0,05$ ), serta mempunyai korelasi bersifat negatif dengan tingkat korelasi yang termasuk kategori “Sedang/Cukup”.

#### Pembahasan

Penelitian ini mempunyai tujuan mengungkap apakah ditemukan korelasi kontrol diri dan perilaku konsumtif pada pemain *game online*, secara spesifik pada pemain *game Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) berusia 12 sampai 27 tahun atau mereka yang termasuk Gen Z dan domisili pulau Jawa. Penelitian yang telah dilakukan ini menggunakan sampel sejumlah 260 pemain yang melakukan *topup diamond* dan atau melakukan pembelian *skin* dalam *game* tersebut. Hipotesis pada penelitian ini adalah “terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada pemain *game online*”. Merujuk pada hasil yang didapatkan, diketahui bahwasanya ada hubungan secara kuat antar kedua variabel. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perolehan skor signifikansi dari uji korelasi *Pearson* yaitu <0,001 ( $p < 0,05$ ) yang menandakan bahwa hubungan kedua variabel adalah signifikan, sehingga hipotesis diterima.

Selain hubungan signifikan tersebut, hasil uji korelasi *Pearson* juga menunjukkan nilai koefisien korelasinya ( $r$ ). Mengacu pada nilai tersebut, dapat diketahui seberapa kuat hubungan antar variabelnya. Hasil penelitian ini, diperoleh koefisien korelasinya yakni -0,538. Hasil ini mengindikasikan adanya hubungan atau korelasi yang cukup kuat dan berkorelasi secara negatif, artinya ada hubungan yang saling bertolak belakang antar variabel. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian lain yang juga memperlihatkan adanya korelasi signifikan



secara negatif antara variabel kontrol diri dengan variabel perilaku konsumtif. Pada penelitian yang dilakukan (D. Arum & Riza, 2021) yang diketahui bahwa ada hubungan kuat dan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-commerce* dengan skor -0,633. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan (Ni Luh et al., 2023) yang membuktikan juga ada hubungan bersifat negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada penggemar *Kpop* usia 15-21 tahun dengan skor -0,006.

Kontrol diri mempunyai keterlibatan terhadap perilaku konsumtif, dimana kontrol diri yang terkuat berasal dari diri sendiri, sehingga dalam menghindari atau menekan perilaku konsumtif perlu memiliki kontrol diri yang baik. Hal ini juga diperkuat oleh aspek-aspek dari perilaku konsumtif oleh (Lina & Rosyid, 1997) yang meliputi pembelian secara impulsif (keinginan sesaat atau tiba-tiba, misalnya tertarik tampilan, ada diskon, atau promo), pemborosan (pembelian tanpa dasar kebutuhan yang jelas, membeli barang sejenis secara berlebihan), dan pembelian tak rasional (ingin mencari kesenangan semata, ada perasaan gengsi, atau ingin mengikuti tren saja). Pada penelitian ini perilaku konsumtifnya berupa membeli barang virtual dalam *game* seperti melakukan *topup diamond* dan atau membeli *skin* dalam *game Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) tersebut. Faktor kontrol diri yang termasuk dalam kepribadian individu yang mampu menentukan kecenderungan perilaku konsumtif (Fidaiyu et al., 2019), seperti pada beberapa hasil penelitian lain, misalnya pada (Sari, 2019), (Annafila & Zuhroh, 2022), lalu (Aimen & Tobing, 2022) yang menunjukkan faktor kontrol diri menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dimana makin rendah pengendalian diri seseorang maka perilaku konsumtif yang dimunculkan akan makin tinggi. Hasil beberapa penelitian tersebut memperkuat atau mendukung hasil penelitian ini yaitu terdapat korelasi bersifat negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada pemain *game online*.

Berdasarkan hasil uji statistik pada variabel perilaku konsumtif, aspek pemborosan menjadi aspek dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 16,55. Hal tersebut menandakan bahwa sebagian besar pemain melakukan *topup diamond* atau membeli *skin* secara berlebihan dan melakukannya tanpa dasar prioritas kebutuhan yang jelas. Pemain tetap membeli *skin* yang rilis atau baru pada karakter *hero-hero* yang sama atau sudah mereka miliki namun dengan *skin* yang berbeda, terdapatnya promo yang ditawarkan dalam *game* membuat pemain juga semakin konsumtif dalam membelanjakan uang dan rela mengesampingkan kebutuhan-kebutuhan lainnya. Pada aspek pembelian impulsif memiliki nilai rata-rata yang tidak jauh berbeda dengan aspek pemborosan sebelumnya, yaitu 16,52. Hal tersebut menandakan bahwa pemain melakukan *topup diamond* atau membeli *skin* cenderung didasari oleh keinginan sesaat atau tiba-tiba dan tanpa pertimbangan matang sebab stimulus yang ada pada *game* saat itu, seperti adanya diskon-diskon, promo berhadiah, dan merasa tertarik tampilan *skin* yang dinilai bagus atau keren. Sedangkan pada aspek pembelian tak rasional mempunyai nilai rata-rata yang cenderung lebih rendah yaitu 15,39. Hal tersebut menandakan bahwa pemain melakukan *topup diamond* atau membeli *skin* karena ingin mencari rasa senang, ingin tetap mengikuti tren atau hanya karena perasaan gengsi dengan teman atau pemain lain.

Berdasarkan hasil uji statistik pada variabel kontrol diri, aspek kontrol perilaku menjadi aspek dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 24,04. Hal tersebut menandakan bahwa sebagian besar pemain kurang mampu mengontrol situasi dalam dirinya sendiri dan kurang mampu memahami kapan dan bagaimana menghadapi stimulus yang ada dalam *game online* yang mereka mainkan. Pemain yang mempunyai kontrol perilaku yang kurang baik cenderung tidak memiliki perencanaan yang matang sebelum melakukan pembelian atau konsumsi (*topup diamond* dan membeli *skin*), pemain juga tidak mampu mengatur keuangan yang mereka miliki dengan baik, terdapat juga kesulitan dalam mengurangi kebiasaan melakukan pembelian



barang virtual tersebut, mudah terpengaruh stimulus lain (seperti diskon, tampilan *skin*, ajakan teman, dan promo berhadiah dalam *game* tersebut). Selanjutnya, pada aspek kontrol keputusan mempunyai nilai rata-rata 14,76. Hal tersebut menandakan bahwa para pemain cenderung kurang mampu dalam mengambil tindakan atau sikap yang efektif, serta kurang mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan membelanjakan uangnya secara berlebihan dalam melakukan *topup diamond* dan membeli *skin*. Pada aspek kontrol kognitif mempunyai nilai rata-rata 10,04. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol kognitif pemain cukup baik jika dibandingkan dua aspek sebelumnya, artinya para pemain masih mampu menjangkau dan menilai suatu informasi sebelum memutuskan untuk melakukan *topup diamond* dan membeli *skin*, seperti mencari informasi tempat dimana mereka tetap dapat *topup* namun dengan harga yang murah melalui proses menilai atau membandingkan toko maupun *website online* penyedia jasa *topup* untuk *game online*.

Pemain *game online Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) pada penelitian ini rata-rata adalah generasi Z berusia 21 tahun atau termasuk usia dewasa awal, rincian sebarannya yaitu usia 18-27 tahun (94%). Meskipun demikian, masih terdapat juga pemain yang berusia antara 13-17 tahun atau termasuk usia remaja (6%). Hal ini sesuai dengan teori perkembangan Hurlock yang menyebutkan bahwa pada usia dewasa awal merupakan masa penyesuaian diri yang sulit dalam rentang hidup seseorang. Pertama, masa ketergantungan, para pemain *game online* tersebut mendapatkan uang saku dari orang tua mereka dengan nominal yang berbeda-beda, jika mereka tidak memiliki kontrol diri yang baik dalam penggunaan uang tersebut maka akan semakin memunculkan perilaku yang konsumtif. Kedua, masa perubahan nilai, pemain melakukan pembelian yang mengarah ke perilaku konsumtif supaya mereka tetap dapat diterima oleh kelompok sebayanya, dalam hal ini pembelian didasari dengan perasaan gengsi dan keinginan mengikuti tren yang berlaku pada pemain lain yang merupakan kelompoknya. Ketiga, masa kreatif, kreatifitas pada usia dewasa awal terbentuk tergantung minat, kemampuan diri, kesempatan, dan aktifitas yang menyenangkan mereka. Pemain *game online* yang termasuk usia dewasa awal, menyalurkan kreatifitas tersebut melalui hobi dalam bermain *game online Mobile Legends* ini, mereka dapat melakukan pembelian barang virtual dalam *game* tersebut dikarenakan adanya kemampuan untuk membeli, kesempatan, dan dilakukan untuk mendapatkan kesenangan. Jika pemain dapat mengendalikan diri dengan mampu mengelola keuangannya, pemain dapat menghindari perilaku yang cenderung konsumtif atau melakukan pembelian hanya didasarkan untuk mendapat kesenangan semata.

Berbeda halnya dengan pemain yang masih berusia remaja, menurut teori perkembangan Hurlock, masa remaja merupakan masa perubahan dan masa pencarian identitas. Pertama, masa perubahan ini merujuk pada perubahan pola perilaku dan sikap, emosi, dan minat. Remaja pemain *game online* menjadi berperilaku konsumtif dikarenakan masih mudah terpengaruh oleh kondisi emosional tersebut sehingga melakukan pembelian yang impulsif. Selanjutnya, masa pencarian identitas yang merujuk pada penyesuaian diri pada remaja. Pemain usia remaja ini akan selalu mencoba menonjolkan diri dalam lingkungan kelompok sebayanya. Para pemain tersebut rela menghabiskan uang untuk melakukan *topup diamond* dan membeli *skin*, hal tersebut dilakukan guna mendapatkan suatu identitas khusus dalam lingkup teman sebaya sepermainan *Mobile Legends*. *Skin* dalam *game* tersebut yang menjadi simbol atau identitas mereka di kalangan para pemain lain di lingkungannya.

Karakteristik Gen Z secara umum yang dijelaskan menurut Stillman dalam (L. S. Arum et al., 2023), seperti memiliki karakteristik yang digital, *weconomist*, dan *Do It Yourself* juga tercermin dalam hasil penelitian ini. Sebanyak 97% pemain melakukan konsumsi atau pembelian terhadap barang virtual dalam *game* MLBB ini secara *online*, yaitu melalui *website-website online* yang biasanya ada di internet atau media sosial. Hal tersebut memberikan



gambaran bahwa pemain yang melakukan konsumsi atau membeli suatu barang virtual dalam game MLBB ini tidak lepas dari perkembangan digital yang ada saat ini, turut serta memberikan kontribusi terhadap perkembangan pasar digital, serta mampu secara mandiri mencari informasi melalui media-media internet dan media sosial.

### Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil yang diperoleh melalui uji hipotesis yang menunjukkan nilai -0,538, maka hipotesis pada penelitian ini yang berbunyi “terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada pemain *game online*” bisa diterima. Skor korelasi yang didapatkan itu masuk pada tingkatan korelasi yang sedang atau cukup kuat dengan arah korelasi yang negatif. Oleh karena itu, dapat diputuskan kesimpulannya yaitu semakin rendah kemampuan kontrol diri yang dimiliki pemain, maka semakin tinggi pula kecenderungan pada perilaku konsumtifnya (*topup diamond* dan membeli *skin*) terhadap *game online*. Begitupun sebaliknya, semakin tinggi kemampuan kontrol diri yang dimiliki pemain, maka tindakan yang mengarah pada konsumtif akan semakin rendah.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, adapun beberapa saran yang dapat peneliti berikan, antara lain:

1. Bagi pemain game online (khususnya MLBB), disarankan untuk meminimalisir kecenderungan perilaku konsumtif dalam melakukan *topup diamond* dan membeli *skin* dalam game, caranya dapat dengan membuat daftar belanja kebutuhan secara teratur dan terorganisir agar tidak mudah terpengaruh stimulus dalam game (seperti adanya diskon atau promo) supaya tidak boros atau berlebihan dalam membelanjakan uang untuk *game online*. Pemain juga disarankan lebih meningkatkan kemampuan kontrol diri, dengan cara lebih disiplin dan bijaksana dalam mengambil keputusan sebelum melakukan pembelian, berlatih menahan diri dari keinginan atau hasrat konsumtif, menabung uang untuk keperluan lain yang lebih penting atau mendesak, dan disarankan meningkatkan kemampuan observasi atau mencari informasi tentang toko atau *website online* yang kiranya menyediakan harga lebih murah atau terjangkau jika ingin melakukan *topup*.
2. Bagi orang tua atau keluarga yang mempunyai anak yang termasuk generasi Z (usia 12-27 tahun) dan bermain *game online*, disarankan supaya lebih memperhatikan dan mendampingi anak dalam membelanjakan uang jika akan melakukan *topup diamond* dan membeli *skin* dalam game yang mereka mainkan. Orang tua atau pihak keluarga disarankan juga mengajarkan dan mencontohkan sikap disiplin dalam mengelola keuangan agar tidak melakukan pemborosan, serta melatih dan membiasakan anak untuk menabung atau membuat suatu daftar belanja yang efektif.
3. Bagi instansi atau lembaga pendidikan, baik sekolah menengah atau perguruan tinggi disarankan memberikan perhatian khusus pada fenomena perilaku konsumtif pada peserta didik yang bermain *game online*. Pihak instansi atau lembaga pendidikan dapat memberikan sosialisasi-sosialisasi yang berhubungan dengan *game online*, atau tentang bagaimana mengelola keuangan dengan baik. Selain itu, pihak instansi atau lembaga pendidikan disarankan menyediakan atau memberikan suatu fasilitas pelayanan misalnya berupa konseling kelompok pada peserta didik yang bermain *game online* dan pernah melakukan suatu pembelian barang virtual dalam game yang mereka mainkan.
4. Bagi peneliti lain selanjutnya, disarankan meneliti pada sampel dengan kriteria lain atau berbeda dengan penelitian ini, misalnya pemain *game online* yang merupakan generasi millennial atau generasi alpha. Selain itu, dapat juga meneliti jenis *game online* yang



berbeda atau faktor-faktor lain yang berkaitan pada perilaku konsumtif seseorang dan atau pemain *game online* lainnya.

### Daftar Pustaka

- Aimen, 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>
- Alfarizi, M. K. (2019, January 18). Pemain Mobile Legends Indonesia Terbanyak di Dunia. *Tempo.Co*. <https://tekno.tempo.co/read/1166277/pemain-mobile-legends-indonesia-terbanyak-di-dunia>
- Annafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping bagi mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27.
- Arifin, M. (2014). Instrumen Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Pengembangan. *Implementation Science*, 39(1), 1.
- Aristi, M. D., Ahyaruddin, M., Putri, A. M., Anriva, D. H., Sari, D. P. P., Hudi, I., & Fitriana, N. (2023). Gen Z Melek Investasi Melalui Kegiatan Edukasi Pasar Modal. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 215–219. <https://doi.org/10.54951/comsep.v4i2.510>
- Arum, D., & Riza, N. K. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92–102. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/42541>
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Diba, D. S. (2013). Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(3), 185–191. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i3.3330>
- Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P. (1994). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam*. Binarupa Aksara.
- Fidaiyu, F. A., Sulistiani, W., Mahastuti, D., Psikologi, F., & Tuah, U. H. (2019). *Prosiding Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XII) Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia Hubungan antara Kontrol Diri dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah Surabaya*. *Temilnas Xii*, 32–39. <https://ojs.unm.ac.id/Temilnas/article/view/20012/0>
- Ghufron, M. N., & Risnawita, S. R. (2012). *Teori-teori Psikologi* (R. Kusumaningratri (ed.)). Ar-Ruzz Media.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–6. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/psikologi/article/view/1555>
- Herawan, M. H., & Rachman, M. Y. (2021). Pengaruh Nilai Virtual Item Terhadap Intensi Pembelian Virtual Item dalam Game Online PUBG Mobile. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.31842/jurnalnobis.v5i1.207>
- Hurlock, E. B. (1996). *PSIKOLOGI PERKEMBANGAN: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (R. M. Sijabat (ed.); Edisi Keli). Erlangga.



- Irwandi, D., Masykur, R., & Suherman, S. (2021). Korelasi Kecanduan Mobile Legends Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa. *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 2(3), 292–299. <https://doi.org/10.46306/lb.v2i3.87>
- Jannah, M. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif untuk psikologi*. Unesa University Press.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). PERILAKU KONSUMTIF BERDASAR LOCUS OF CONTROL PADA REMAJA PUTRI. *Psikologika*, 2(4), 5–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Ni Luh, T. P., Resekiani, M. B., & Andi, N. H. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(5), 868–874. <https://doi.org/10.56799/peshum.v2i5.2204>
- Rachman, M. A., & Ghozali, M. L. (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://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7912>
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 37–46. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4704>
- Septiani, M. N. (2019). Pengaruh Bimbingan dan Konseling Individu Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Irsyad : Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam*, 7(2), 177–202. <https://doi.org/10.15575/irsyad.v7i2.877>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta, CV*.
- Suryono, R. R., & Apol, P. S. (2016). PERILAKU PEMAIN GAME ONLINE TERHADAP PEMBELIAN VIRTUAL ITEM. *Jurnal SISFO : Inspirasi Profesional Sistem Informasi*, 5(5), 578–584. <https://doi.org/https://doi.org/10.24089/j.sisfo.2016.03.009>
- Tololiu, Y. F. V., & Ahmad, M. J. (2023). Kedudukan Barang Virtual Menurut Hukum Benda Indonesia Yang Diatur Dalam Kuhperdata Buku Kedua Tentang Barang. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 3(2), 1448–1464.
- Tysara, L. (2024, January 22). Ketahui Gen Z Years Born dan 6 Generasi Lain, Ini Usianya di 2024. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5510698/ketahui-gen-z-years-born-dan-6-generasi-lain-ini-usianya-di-2024?page=4>
- Wulandari, D., Padang, U. N., & Barat, S. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang Prima Aulia. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178–186.