

# PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE*, *FINANCIAL ATTITUDE*, DAN *MENTAL ACCOUNTING* TERHADAP *SPENDING HABITS* GAMERS DI SURABAYA

Matthew Szalynski Handojo<sup>1\*</sup>, Ferdinand<sup>2</sup>, Njo Anastasia<sup>3</sup>,  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia  
[\\*handojomatthew@gmail.com](mailto:handojomatthew@gmail.com)

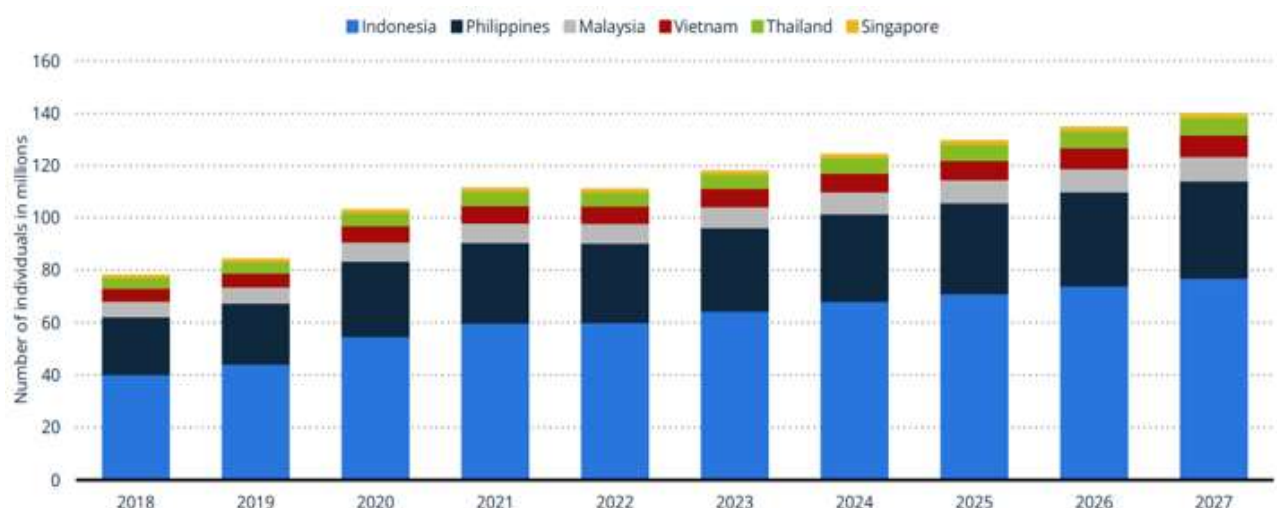
## ABSTRACT

*Online games are one of the entertainment activities highly favored by the Indonesian society. The level of consumption and spending in gaming is also continuously increasing in the gaming industry. Gamers in Indonesia themselves have a willingness of 45% to spend money while playing games. This research aims to determine the influence of financial knowledge, financial attitude, and mental accounting on the spending habits of gamers in Surabaya. The sampling was done purposively on gamers residing in Surabaya who play games for more than 7 hours per week. A total of 200 respondents in Surabaya participated in this study. Data were collected by distributing questionnaires online through Google Forms, which were disseminated to gamers and gaming communities in Surabaya via social media platforms such as Line and Instagram. The obtained data will be processed using SmartPLS 4 software. The results of the analysis in this study prove that financial knowledge, financial attitude, and mental accounting significantly influence the spending habits of gamers in Surabaya.*

**Keywords :** *financial knowledge, financial attitude, mental accounting, spending habits*

## PENDAHULUAN

Pada kawasan Asia Tenggara, Indonesia menduduki posisi pertama dengan lebih dari 60 juta *gamers* yang diproyeksikan terus mengalami pertumbuhan hingga tahun 2027 (Statista, 2023).



**Gambar 1. Mobile Gamers di Asia Tenggara Periode 2018-2027, Per Negara (Sumber: Statista, 2023)**

Istilah “*gamer*” sering digunakan untuk mendeskripsikan orang yang bermain *video game* (Shaw, 2011). Seorang “*gamer*” terutama dikaitkan dan dipelajari dalam kaitannya dengan

waktu yang dihabiskan di dunia *video game* (Kowert, dkk, 2014). Berdasarkan hasil survei dari statistika dari 6.927 responden pada tahun 2022, terdapat 46% *gamers* bermain *game online* setiap hari dan 21% dari keseluruhan responden bermain selama 3-6 hari dalam seminggu (Nurhayati-Wolff, 2022). Selain itu, menurut ESA (2018), *gamers* bermain setidaknya 1 *game* dengan total 7 jam dalam seminggu.

Cleghorn dan Griffiths (2015) menyatakan bahwa tingkat konsumtif dan pengeluaran dalam bermain *game* terus meningkat di industri *games*. *Gamers* dapat menghabiskan uang untuk membelanjakan item dalam *game*, seperti senjata, pakaian karakter, langganan *premium*, dan fitur lainnya agar pada *in-game* menjadi lebih kuat (Lintang, 2023). Menurut survey oleh Butts (2022) menunjukkan rata - rata pengeluaran *gamers* di US mencapai 23.87 US *Dollar* atau sekitar Rp 350.000 per bulannya. Pengeluaran pada permainan *game* ini dapat menimbulkan resiko bagi *gamers* serta mengarah pada *spending habits* yang buruk.

Menurut Hendra dan Rita (2018), *spending habits* adalah kebiasaan seseorang dalam mengeluarkan uang sehingga meningkatkan konsumsi yang pada akhirnya berdampak negatif kepada keuangan pribadi. *Spending habits* secara umum diartikan kebiasaan melakukan pengeluaran dan pembelian dalam membelanjakan uang untuk keperluan pribadi (Huddleston dan Minahan, 2011). Individu yang sulit menahan keinginan, akan berpengaruh pada tingkat konsumtif yang tinggi (Wu, dkk, 2019). Seperti kasus pada seorang ibu rumah tangga asal Kediri yang mendapatkan total tagihan telepon pascabayar sebesar Rp 11.000.000 dikarenakan anaknya melakukan transaksi pembelian *diamond* di tiga *game online* yaitu *Free Fire*, *Mobile Legends*, dan *Minecraft* tanpa sepengetahuan orang tuanya (Kami, 2019).

*Spending habits* dipengaruhi oleh *financial knowledge*. *Financial knowledge* adalah pengetahuan seseorang terkait *skill*, informasi, dan pengalaman dalam mengatur keuangan pribadi (Azmi dan Ramakrishnan, 2018). Rendahnya *financial knowledge* pada diri individu dapat mempengaruhi perilaku keuangannya dan berdampak ke personal keuangannya (Lusardi dan Mitchell, 2013). Oleh sebab itu *financial knowledge* sangatlah penting bagi individu agar dapat mengatur keuangan dengan baik. Grohmann (2018) menyebutkan individu dengan tingkat *financial knowledge* tinggi cenderung melakukan *spending habits* lebih baik, juga lebih bijak dalam pengambilan keputusan (Azmi dan Ramakrishnan, 2018). Sebaliknya, individu dengan *financial knowledge* rendah dapat menyebabkan pengendalian *spending habits* yang buruk (Kempson dan Poppe, 2018), kurang memiliki pengetahuan dalam menyimpan uang sehingga berdampak saat membutuhkan uang untuk kebutuhan darurat. Ketika *financial knowledge* individu meningkat maka dapat terhindar dari permasalahan keuangan. Hal ini juga

bermanfaat untuk masa depan agar dapat mengatur dan mengelola keuangan dengan baik supaya kebutuhan masa depan dapat tercukupi.

Sebstad, dkk (2006) menyatakan *financial attitude* adalah sikap keuangan terhadap pemikiran, penilaian, dan pendapat seseorang mengenai konsep keuangan. Menurut Obagbuwa dan Kwenda (2020), *financial attitude* juga merupakan faktor penentu kebiasaan pengeluaran keuangan. Individu dapat melakukan transaksi dan menggunakan uang tersebut untuk mencukupi keperluan diri sendiri (Mien dan Thao, 2015). Transaksi yang dilakukan dalam *game* untuk membeli menggunakan uang riil disebut *microtransaction* seperti membeli *virtual item* dalam *game* (Schwiddessen dan Karius, 2018). King, dkk (2020) menyebutkan jika seseorang dengan sikap yang tidak bisa menahan diri melakukan *microtransaction* karena dipengaruhi teman yang melakukan *spending* lebih tinggi untuk meraih *level games* yang maksimal. Dengan memiliki *financial attitude* yang baik, maka keputusan keuangan individu dapat lebih bijaksana untuk menggunakan uang (Sander, 2018).

Faktor psikologis yang berpengaruh kepada *spending habits* adalah *mental accounting*. Menurut Lintang (2023) *gamers* rela untuk mengeluarkan uangnya untuk *games*. Sebaliknya, Zhang dan Sussman (2018) menyatakan bahwa *mental accounting* dapat mempengaruhi pengeluaran yang dilakukan individu. *Mental accounting* merupakan sikap dalam mengatur, melacak, dan mengevaluasi pengelolaan keuangan dari setiap individu untuk meminimalisir terjadinya kebiasaan membelanjakan uang (Thaler, 1999). Individu dengan *mental accounting* akan mengumpulkan dan memisahkan informasi yang didapatkan untuk pengambilan keputusan (Talab, dkk, 2017), mampu meningkatkan kontrol diri dalam perilaku pengeluaran yang berlebihan dengan mengalokasikan dana dan melacak pengeluaran ke dalam kategori setiap akun (Sui, dkk, 2021). *Mental accounting* memberikan pengaruh yang besar kepada individu dalam mengelola keuangan untuk pengambilan keputusan yang tepat, sehingga individu tersebut dapat mencapai tujuan keuangan untuk masa depan karena memiliki pengetahuan serta pemahaman keuangan yang baik serta mampu meminimalisir pengeluaran (Shefrin dan Thaler, 1988).

Penelitian ini membahas *spending habits gamer* yang dilakukan di Surabaya, sebab hasil *pre-survey* menunjukkan rata-rata pengeluaran *gamers* selama bermain *game* sekitar Rp.2.000.000 sampai Rp.9.000.000. Para *gamers* melakukan pengeluaran tersebut karena kebiasaan dan merasa puas Ketika bertransaksi untuk memenangkan permainan tersebut. Lebih lanjut, *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *mental accounting* pada *gamers* juga perlu dieksplorasi lebih dalam terkait *spending habits* tersebut.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *mental accounting* adalah variabel eksogen dan *spending habits* adalah variabel endogen. Skala pengukuran variabel menggunakan skala likert 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah gamers yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu memenuhi kriteria di bawah ini:

1. Gamers yang tinggal di Surabaya
2. Gamers yang bermain game lebih dari 7 jam dalam seminggu
3. Gamers yang telah mengeluarkan minimal \$20 atau senilai Rp 300.000 dalam 2 tahun terakhir.

Dalam menentukan jumlah sampel digunakan syarat jumlah pertanyaan pada variabel yang diteliti dikalikan dengan 5 - 10. Penelitian dengan sampel 100-200 orang sudah dapat diterima (Hair, dkk, 2010), maka penelitian ini menggunakan 200 responden. Data-data tersebut diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara online pada kalangan *gamers* melalui *Google Form* kepada gamers dan komunitas gamers di Surabaya melalui media sosial seperti *line* dan *Instagram*. Teknik analisa menggunakan *software* seperti *SmartPLS 4.0* untuk menguji hipotesa dengan menggunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM). Pengujian SEM menggunakan *outer model* dan *inner model*. Uji hipotesa menggunakan uji t yang harus dipenuhi jika nilai signifikansi < 1,96 maka terima  $H_0$ , sebaliknya jika nilai signifikansi  $\geq 1,96$  maka tolak  $H_0$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisa Deskriptif

Tabel 1. Tabel Profil Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	166	83%
	Perempuan	34	17%
Pendidikan	$\leq$ SMA	37	18.5%
	S1	161	80.5%

<b>Keterangan</b>		<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
	S2 / S3	2	1%
Usia	≤18	40	20%
	19-21	109	54.5%
	22-29	51	25.5%
Pendapatan	Orangtua	142	71%
	Bekerja	112	56%
Game online yang pernah dimainkan	1-2 Game	11	5.5%
	≥ 3 Game	189	94.5%
Rata-rata pendapatan per bulan	< Rp 4.000.000	135	67.5%
	Rp 4.000.000 – Rp 20.000.000	63	31.5%
	> Rp 20.000.000	2	1%
Waktu yang dihabiskan dalam bermain game dalam 1 minggu	1-3 Jam	0	0%
	> 3-6 Jam	0	0%
	> 6 Jam	200	100%
Pengeluaran untuk bermain game online per bulan	< Rp 100.000	22	11%
	Rp 100.000 – Rp 300.000	148	74%
	Rp 300.001 – RP 600.000	26	13%
	Rp 600.001 – Rp 1.000.000	4	2%
Pengeluaran untuk	≤ Rp 500.000	14	7%

Keterangan		Jumlah Responden	Persentase
bermain <i>game online</i> dalam 2 tahun terakhir	Rp 500.001 – Rp 1.000.000	17	8.5%
	Rp 1.000.001 – Rp 5.000.000	157	78.5%
	Rp 5.000.001 – Rp 11.000.000	12	6%

Pada tabel 1 dari profil responden menunjukkan bahwa 83% responden dalam penelitian ini adalah laki-laki. Tingkat pendidikan terakhir atau yang sedang dijalani saat ini oleh responden terbanyak berada pada tingkat pendidikan S1 di angka persentase 80.5% dengan usia rata-rata persentase terbanyak yaitu 54.5% di usia 19-21 tahun. Untuk sumber pendapatan responden terbanyak adalah dari orang tua dengan rata-rata 71% dengan rata-rata pendapatan perbulan terbanyak < Rp 4.000.000 sebanyak 67.5%. 94.5% responden bermain  $\geq 3$  *Game* yang pernah dimainkan dan telah menghabiskan waktu >6 jam dalam seminggu untuk bermain *game online* dengan persentase 100%. Rata-rata terbanyak pengeluaran *gamers* perbulan dalam bermain *game online* sebesar Rp 100.000 - Rp 300.000 dengan persentase 74% dan dalam kurun waktu 2 tahun terakhir, dari rata-rata terbanyak *gamers* dapat mengeluarkan uang sekitar Rp 1.000.001 - Rp 5.000.000 hanya untuk bermain *game online*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dalam melakukan teknik analisa data menggunakan program *SmartPLS 4* dengan model *Structural Equation Modeling* (SEM). Dengan menggunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM), peneliti dapat melihat keterkaitan antar variabel. Model *Structural Equation Modeling* (SEM) terdiri dari 2 pengujian yaitu *outer* model dan *inner* model. Analisa *inner* model dan *outer* model melalui beberapa tahap seperti tercantum pada Tabel 2.

**Tabel 2. Analisa Deskriptif, Nilai Cronbach's Alpha (CA), Composite Reliability (CR), dan AVE**

Variabel	Total Mean	CA	CR	AVE
FK	3.443	0.912	0.914	0.665
FA	3.252	0.897	0.899	0.741
MA	3.243	0.900	0.906	0.714

<i>SH</i>	3.225	0.855	0.857	0.536
-----------	-------	-------	-------	-------

FA – *Financial Attitude*

CA – *Cronbach’s Alpha*

MA – *Mental Accounting*

CR – *Composite Reliability*

SH – *Spending Habits*

AVE – *Average Variance Extracted*

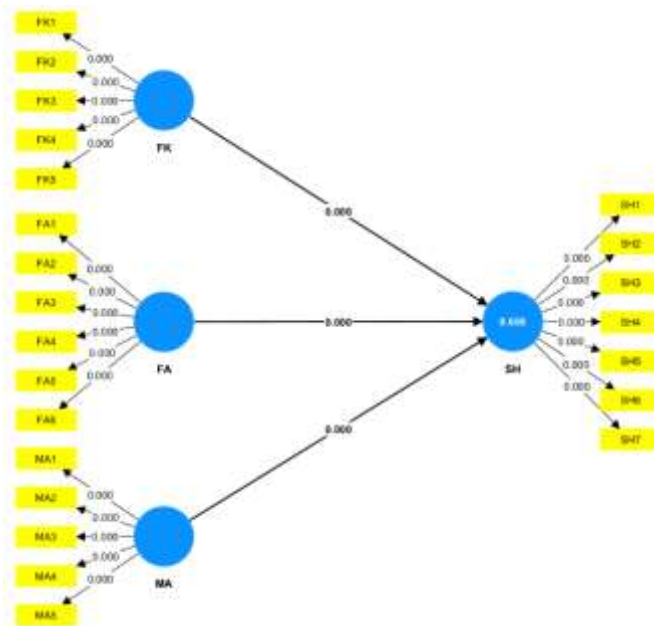
Berdasarkan tabel diatas, peneliti mengadopsi pertanyaan dari Azmi dan Ramakrishnan (2018). Dapat diketahui hasil *mean* pertanyaan indikator *financial knowledge* dari jawaban responden keseluruhan di angka 3.443 dengan *interval* 3.380-3.550. Pada pertanyaan indikator “Penting bagi *gamers* untuk memiliki pengetahuan keuangan agar dapat mengatur keuangannya” menunjukkan nilai *mean* tertinggi yaitu sebesar 3.550. Dapat diartikan bahwa responden sadar bahwa pengetahuan keuangan itu penting agar *gamers* dapat mengatur keuangannya.

Diketahui hasil *mean* pertanyaan indikator *financial attitude* dari jawaban responden keseluruhan juga menunjukkan di angka 3.250 dengan *interval* 3.090-3.365. Pada pertanyaan indikator “Saya berhemat untuk berjaga-jaga terhadap hal-hal yang tidak terduga” menunjukkan nilai *mean* tertinggi yaitu sebesar 3.365. Dapat diartikan bahwa responden memiliki sikap dalam berhemat.

Dapat diketahui hasil *mean* pertanyaan indikator *mental accounting* dari jawaban responden keseluruhan di angka 3.243 dengan *interval* 2.730-3.600. Pada pertanyaan indikator “Saya adalah seseorang yang terorganisir” menunjukkan nilai *mean* tertinggi yaitu sebesar 3.600. Dapat diartikan responden adalah individu yang terorganisir.

Pertanyaan indikator *spending habits* dari jawaban responden keseluruhan juga menunjukkan di angka 3.255 dengan *interval* 2.190-3.760. Pada pertanyaan indikator “Saya menyisihkan uang untuk ditabung” menunjukkan nilai *mean* tertinggi yaitu sebesar 3.760. Dapat diartikan responden selalu menyisihkan uangnya untuk ditabung.

Analisa *inner* model dan *outer* model menggunakan pengujian variabel melalui tahapan uji validitas dan reliabilitas. Hasil Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability menunjukkan nilai lebih tinggi dari 0,70 serta nilai AVE di atas 0.5 sehingga semua uji telah terpenuhi. Nilai *R-Square* dari *spending habits* sebagai variabel endogen sebesar 0.688 atau 68.8%, maka variabel *financial knowledge*, *financial attitude* dan *mental accounting* dinyatakan mampu menjelaskan variabel *spending habits* sebesar 68.8%, sedangkan sisanya sebesar 31.2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.



Gambar 2. Hasil Output dan Perhitungan SEM-PLS

Tabel 3. Nilai Uji Hipotesis

Direct Path	t-statistics ( O/STDEV)	p-values
FA → SH	7.094	0.000
FK → SH	5.482	0.000
MA → SH	5.750	0.000

Berdasarkan tabel 3 hasil uji hipotesis *direct path* menunjukkan *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap *spending habits*. Nilai uji t-statistik menunjukkan lebih dari 1,96 dan nilai *p-value* di bawah 0,05, sehingga hasil uji dinyatakan tolak  $H_0$ .

Hasil penelitian membuktikan *financial knowledge* yang dimiliki *gamers* di atas rata-rata. Pengetahuan *gamers* dalam menyisihkan uang untuk ditabung dan mengikuti anggaran keuangan yang telah dibuat dapat membantu *gamers* untuk mengontrol keuangan sehingga dapat memiliki *spending habits* yang baik. *Financial knowledge* yang dimiliki *gamers* berperan penting dalam mengatur keuangannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Azmi dan Ramakrishnan (2018) bahwa variabel *financial knowledge* mempengaruhi *spending habits*. Sebaliknya, penelitian ini bertentangan dengan penelitian Tanoto dan Evelyn (2019) menyatakan *financial knowledge* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku kecanduan dalam belanja online. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa *gamers* yang menghabiskan waktu dan uangnya untuk bermain

*game* akan memiliki *financial knowledge* yang tinggi. Semakin tinggi *financial knowledge gamers*, maka semakin baik *spending habits* yang dilakukan oleh *gamers*. *Gamers* belajar membuat anggaran untuk mengontrol keuangan sehingga memiliki *spending habits* yang baik.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *financial attitude* berpengaruh signifikan terhadap *spending habits gamers* di Surabaya. *Gamers* memiliki *financial attitude* yang baik, dimana semakin baik *financial attitude*, semakin kecil kemungkinan seseorang melakukan *spending habits*. *Gamers* menyisihkan uangnya untuk ditabung dan berusaha untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjangnya. *Gamers* menghemat untuk berjaga-jaga pada situasi yang tidak terduga. Hasil penelitian ini sejalan dengan Obagbuwa dan Kwenda (2020) bahwa *financial attitude* mempengaruhi *spending habits*. Namun penelitian King, dkk (2020) membuktikan bahwa individu mempunyai sikap tidak bisa menahan diri dalam melakukan pembelian fitur dalam game. Nafidzurramadhan (2021) turut menyatakan *spending habits* yang buruk berdampak negatif pada sikap menabung, karena individu tersebut lebih rela untuk membelanjakan uangnya daripada ditabung.

Penelitian juga membuktikan variabel *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap *spending habits gamers* di Surabaya dimana semakin baik *mental accounting*, maka semakin kecil probabilitas seseorang melakukan *spending habits*. *Gamers* selalu mempertimbangkan dengan cermat sebelum membeli sesuatu dan selalu mengawasi keuangannya. *Gamers* memiliki *mental accounting* seperti mencatat pendapatan dan pengeluaran serta melacak aktivitas keuangannya, *gamers* adalah individu yang terorganisir dan mengetahui berapa banyak uang yang dibelanjakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Sui, dkk (2021) bahwa variabel *mental accounting* mempengaruhi *spending habits*.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa *financial knowledge*, *financial attitude*, *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap *spending habits gamers* di Surabaya. *Gamers* dapat lebih mengontrol pengeluaran untuk *game* dan lebih bijak dalam membelanjakan uang baik dalam membeli pembelian virtual items ataupun hal - hal yang memiliki unsur *games*. Untuk pengembangan selanjutnya, perlu ditambahkan perilaku keuangan seperti *herding* untuk memperluas pemahaman perilaku *gamers* yang sering melakukan permainan secara bergerombol.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Azmi, N. F. B., dan Ramakrishnan, D. S. A. (2018). Relationship between Financial Knowledge and Spending Habits among Faculty of Management's Staff, 5(3), 1-6. <https://doi.org/10.31580/jei.v5i3.102>

- Butts, M. (2022, November 21). QoD: How much avg. person spends on Video Games/Accessories - Blog. Next Gen Personal Finance. <https://www.ngpf.org/blog/question-of-the-day/question-of-the-day-how-much-money-does-the-average-person-spend-on-video-games-and-accessories/>
- Cleghorn, J., dan Griffiths, M. D. (2015, June). Why do gamers buy 'virtual assets'? An insight in to the psychology behind purchase behaviour, 27, 98-117. [https://www.researchgate.net/publication/276265219\\_Why\\_do\\_gamers\\_buy\\_virtual\\_assets\\_An\\_insight\\_in\\_to\\_the\\_psychology\\_behind\\_purchase\\_behavior](https://www.researchgate.net/publication/276265219_Why_do_gamers_buy_virtual_assets_An_insight_in_to_the_psychology_behind_purchase_behavior)
- Entertainment Software Association. (2018). *Essential Facts About The Computer and Video Game Industry*.
- Fraenkel, J., Wallen, N., & Hyun, H. (2011). *How to Design and Evaluate Research in Education*. McGraw-Hill Education.
- Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. W. (2012). *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications*. Pearson.
- Grohmann, A. (2018). Financial Literacy and Financial Behavior: Evidence from the Emerging Asian Middle Class. *Pacific-Basin Finance Journal*, 48, 129-143.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall.
- Heath, C., dan Soll, J. B. (1996). Mental budgeting and consumer decisions. *Journal of Consumer Research*, (23), 1. <https://doi.org/10.1086/209465>
- Hendra, dan Rita, M. R. (2018). Komparasi Spending Habits Karyawan Berdasarkan Faktor Demografi dan Overconfidence, 14(1), 51-79. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v14i1.4763>
- Huddleston, P., dan Minahan, S. (2011). *Consumer Behavior: Women and Shopping*. Business Expert Press.
- Kami, I. M. (2019, April 9). Pelajaran buat Ortu! Cerita Ibu Kaget Tagihan Game Online Anak Rp 11 Juta. detikNews. <https://news.detik.com/berita/d-4502511/pelajaran-buat-ortu-cerita-ibu-kaget-tagihan-game-online-anak-rp-11-juta>
- Kempson, E., dan Poppe, C. (2018). *Understanding Financial Well-Being and Capability - A Revised Model and Comprehensive Analysis*.
- King, D. L., Russell, A. M. T., Delfabbro, P. H., dan Dean, P. (2020). Fortnite microtransaction spending was associated with peers' purchasing behaviors but not gaming disorder symptoms. *Addictive Behaviors*. 104, 106311. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106311>
- Kowert, R., Festl, R., dan Quandt, T. (2014). Unpopular, Overweight, and Socially Inept: Reconsidering the Stereotype of Online Gamers, 17(3), 141-146. 10.1089/cyber.2013.0118
- Lintang. (2023, July 26). Microtransaction: Mengenal Lebih Dalam, Yang Baik dan Buruk. Laptopnesia. <https://laptopnesia.com/microtransaction/>
- Liu, F., Yilmazer, T., Montalto, C. P., dan Loibl, C. (2018). Professional financial advice, self-control and saving behavior. *International Journal of Consumer Studies*, 43(3). <https://doi.org/10.1111/ijcs.12480>
- Lusardi, A., dan Mitchell, O. S. (2013). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence, 52(1). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2243635>
- Mien, N. T. N., dan Thao, T. P. (2015). *Factors Affecting Personal Financial Management Behaviors: Evidence from Vietnam*.
- Nafidzurramadhan, A. (2021). *Perilaku Konsumtif Pada Remaja Yang Bermain Game Online*, 1-16.
- Nurhayati-Wolff, H. (2022, July 19). Indonesia: in-game purchase reasons 2022. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1116626/indonesia-reasons-for-making-in-game-purchases/>
- Obagbuwa, O., dan Kwenda, F. (2020). Determinants of Students' Spending Habits: a Case Study of Students at a Premier University of African Scholarship, 15(4), 25-43. <https://doi.org/10.31920/1750-4562/2020/v15n4a2>

- Rai, K., Dua, S., dan Yadav, M. (2019). Association of financial attitude, financial behavior and financial knowledge towards financial literacy: A structural equation model approach. 8(1), 51-60. <https://doi.org/10.1177/2319714519826651>
- Sander, D. J. (2018). Factors affecting saving behavior among online gamers in Jabodetabek. <http://repository.president.ac.id/xmlui/handle/123456789/325>
- Sarwono, J. (2006). Metode penelitian kuantitatif & kualitatif.
- Schwiddessen, S., dan Karius, P. (2018). Watch your loot boxes! Recent developments and legal assessment in selected key jurisdictions from a gambling law perspective, 1(1), 17-43.
- Sebstad, J., Cohem, M., dan Stack, K. (2006). Assessing the outcomes of financial education. Washington, D.C.
- Setiawan, A. D., dan Assifa, F. (2023, August 4). 5 Karyawan di Surabaya Curi Barang Gudang karena Kecanduan Game Online. Berita Surabaya Terbaru Hari Ini - Kompas.com. <https://surabaya.kompas.com/read/2023/08/04/110038778/5-karyawan-di-surabaya-curi-barang-gudang-karena-kecanduan-game-online>
- Shaw, A. (2011). Do You Identify as a Gamer? Gender, Race, Sexuality, and Gamer Identity, 14(1), 28-44.
- Shefrin, H. M., dan Thaler, R. H. (1988). The behavioral life-cycle hypothesis. *Economic Inquiry*, 26, 609-643. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.1988.tb01520.x>
- Statista. (2023, November 8). Southeast Asia: mobile gamers, by country. Statista. <https://www.statista.com/forecasts/1303532/southeast-asia-number-of-mobile-gamers-segment-revenue-by-country>
- Sui, L., Sun, L., dan Geyfman, V. (2021). An assessment of the effects of mental accounting on overspending behaviour: An empirical study. 45(2), 221-234. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12613>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Talab, H. R., Hasan, S. I., Flayyih, H. H., dan Hussein, N. A. (2017). Analysis of Mental Accounting: A Case Study of Listed Companies in Iraqi Stock Exchange. *International Journal of Economic Perspectives*, 11(4), 684-699. <https://www.researchgate.net/publication/325846835>
- Tanoto, S. R., dan Evelyn. (2019). Financial Knowledge, Financial Wellbeing, and Online Shopping Addiction Among Young Indonesians, 21(1), 32-40. 10.9744/jmk.21.1.32-40
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183-206. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F)
- Wu, L., So, K. K. F., Xiong, L., dan King, C. (2019). The impact of employee conspicuous consumption cue and physical attractiveness on consumers' behavioral responses to service failures, 31(1). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2017-0500>
- Zhang, C. Y., & Sussman, B. A. (2018). *Client Psychology* (1st ed.). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119440895>