

**MODERASI POLA KEUANGAN SYARIAH PADA PENGALAMAN DAN DISKON  
TERHADAP PERILAKU *TOP UP GAME ONLINE* DI GENERASI Z KAB. BONE**

***MODERATION OF ISLAMIC FINANCIAL PATTERNS ON EXPERIENCE AND  
DISCOUNTS ON ONLINE GAME TOP UP BEHAVIOR IN GENERATION Z KAB.  
BONE***

**MUH FAHRUL SYAUGY ASBULLAH**

Institut Agama Islam Negeri Bone  
E-mail: fahrulsyaaan@gmail.com

**IDA FARIDA**

Institut Agama Islam Negeri Bone  
E-mail: ida.farida@iain-bone.ac.id

**FITRIANI**

Institut Agama Islam Negeri Bone  
E-mail: arieffitriani@gmail.com

***Abstrak***

Di era digital saat ini, bermain game online dan melakukan top up sudah menjadi hal yang biasa, khususnya di kalangan Generasi Z. Fenomena ini tak hanya soal hiburan, tapi juga menyentuh aspek keuangan, terutama dari sudut pandang syariah. Penelitian ini mencoba melihat bagaimana pengalaman bermain dan adanya diskon bisa memengaruhi perilaku top up game online pada Generasi Z di Kabupaten Bone, serta apakah pola keuangan syariah punya peran dalam hubungan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari para pemain game online yang rutin melakukan top up. Hasilnya, baik pengalaman bermain maupun diskon terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku top up. Namun, pola keuangan syariah ternyata tidak berpengaruh langsung, dan juga tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara pengalaman maupun diskon terhadap perilaku top up tersebut. Ini menunjukkan bahwa kesadaran atau penerapan prinsip-prinsip keuangan syariah dalam konteks konsumsi digital masih belum kuat di kalangan anak muda. Penelitian ini diharapkan bisa jadi dasar untuk menyusun edukasi keuangan syariah yang lebih relevan dengan kehidupan digital generasi sekarang.

**Kata Kunci** : Top Up Game, Generasi Z, Diskon, Pengalaman Bermain, Keuangan Syariah

**Abstract**

*In today's digital era, playing online games and topping up has become commonplace, especially among Generation Z. This phenomenon is not only about entertainment, but also touches on financial aspects, especially from a sharia perspective. This phenomenon is not only about entertainment, but also touches on financial aspects, especially from a sharia perspective. This study tries to see how the experience of playing and the presence of discounts can influence the online game top up behavior of Generation Z in Bone Regency, and whether sharia financial patterns play a role in this relationship. Using a quantitative approach, data was collected from online game players who regularly top up. As a result, both gaming experience and discounts were found to have a significant effect on top up behavior. However, Islamic financial patterns did not have a direct effect, nor did they act as a moderator in the relationship between experience and discount on top up behavior. This suggests that awareness or application of Islamic financial principles in the context of digital consumption is still not strong among young people. It is hoped that this research can be the basis for developing Islamic financial education that is more relevant to the digital life of the current generation.*

**Keywords :** *Game Top Up, Generation Z, Discounts, Play Experience, Islamic Finance*

**PENDAHULUAN**

Di era digital saat ini, teknologi berkembang sangat cepat dan membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara orang berinteraksi dan bertransaksi. Salah satu dampaknya adalah kemunculan layanan top up digital, yang kini sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan Generasi Z. Di antara berbagai bentuk top up, top up game online menjadi salah satu yang paling populer.

Game online seperti Mobile Legends, PUBG Mobile, dan Free Fire tidak hanya menjadi hiburan, tapi juga ladang transaksi. Banyak remaja yang melakukan pembelian item dalam game demi pengalaman bermain yang lebih seru. Aktivitas ini seringkali didorong oleh pengalaman bermain yang semakin intens dan penawaran diskon menarik dari pengembang game.

Namun, di balik tren ini, ada aspek penting yang kerap terabaikan: apakah perilaku top up ini sudah sesuai dengan prinsip keuangan syariah? Dalam Islam, pengelolaan keuangan seharusnya menghindari pemborosan dan transaksi yang mengandung unsur spekulatif atau tidak jelas (gharar). Sayangnya, banyak pemain—terutama Gen Z—yang belum mempertimbangkan hal ini dalam kebiasaan mereka berbelanja dalam game.

Studi ini fokus pada Generasi Z di Kabupaten Bone, daerah di mana game Mobile Legends sangat digemari. Penelitian ini penting untuk melihat bagaimana pengalaman bermain dan diskon memengaruhi perilaku top up, serta sejauh mana pola keuangan syariah mampu memoderasi pengaruh tersebut. Tujuannya adalah memberikan pemahaman yang lebih dalam agar generasi muda dapat mengelola keuangan digital dengan bijak dan tetap sesuai prinsip syariah, serta sebagai dasar untuk pengembangan edukasi keuangan syariah di masa depan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pola Keuangan Syariah**

Pola keuangan syariah merupakan suatu sistem pengelolaan keuangan yang berlandaskan prinsip – prinsip syariah Islam, yang di antaranya melarang riba, maisir (perjudian), dan gharar (ketidakpastian). Dalam konteks masyarakat Generasi Z di Kabupaten Bone, dinamika keuangan ini semakin kompleks dengan adanya pengaruh dari tren modern seperti game online. Salah satu aspek penting yang perlu diteliti adalah fenomena top up game online, yakni pembelian item atau fitur dalam game yang menggunakan uang nyata.

Keuangan syariah berlandaskan pada beberapa prinsip dasar yang diatur oleh syariah Islam:

1. Larangan Riba: Riba adalah tambahan atau bunga yang dikenakan pada transaksi pinjaman atau jual beli yang tidak diperbolehkan dalam Islam.
2. Larangan Maisir: Maisir adalah segala bentuk perjudian atau spekulasi yang tidak diizinkan.
3. Larangan Gharar: Gharar adalah ketidakpastian atau risiko yang tidak jelas dalam

suatu transaksi.

4. Prinsip Adil dan Transparan: Setiap transaksi harus dilakukan dengan adil dan transparan tanpa ada pihak yang dirugikan.
5. Prinsip Keberlanjutan dan Keberkahan: Pengelolaan keuangan harus dilakukan secara berkelanjutan dengan tujuan mendapatkan keberkahan.

Perkembangan sistem keuangan Islam dalam beberapa dekade terakhir mencerminkan pandangan dunia Islam yang tertuang dalam hukum Islam atau syariah. Syariah merupakan dasar utama dalam membentuk pandangan hidup umat Islam, mencakup ajaran serta sistem yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang termaktub dalam Al-Quran dan Sunnah. Syariah juga dapat diartikan sebagai "jalan hidup yang jelas" yang harus diikuti, serta sebagai petunjuk yang mengarahkan umat ke sumber kebenaran. (Yulianto, 2018)

Pemahaman mengenai keuangan syariah mencakup pengetahuan tentang produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah serta perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Pemahaman ini juga memengaruhi cara individu dalam membuat keputusan ekonomi yang berlandaskan pada syariah. Secara teori, literasi keuangan syariah merujuk pada kemampuan seseorang untuk menerapkan pengetahuan, keterampilan, dan tindakan keuangan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti keyakinan terhadap perintah Allah SWT, menghindari riba, berinvestasi hanya pada hal-hal yang halal, serta menghindari unsur gharar (ketidakpastian) dan maysir (spekulasi). (Puspitasari et al., 2021)

Indikator keuangan syariah yang terakhir adalah keyakinan. Secara etimologis, kata iman berasal dari bahasa Arab "aa ma na," yang berarti mempercayai, ketenangan, keamanan, atau ketentraman. Oleh karena itu, iman berarti kepercayaan. Kata "percaya" berasal dari bahasa Sanskerta "pracaya," yang berarti menerima, sedangkan kata "keyakinan" berasal dari bahasa Arab "yaqin," yang berarti percaya sepenuhnya. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berbeda dengan keyakinan. Istilah keyakinan dan keimanan berada "di atas" istilah kepercayaan, dan keyakinan

setara dengan iman. Kepercayaan hanya menerima dengan rasio (akal budi), sedangkan keyakinan menerima dengan hati. (Ruwaidah, 2020)

### **Pengalaman dan Diskon**

*User Experience*, atau dikenal dengan pengalaman pengguna ialah, Semua perasaan dan interaksi yang dialami oleh pengguna ketika mereka berinteraksi dengan suatu produk atau layanan disebut pengalaman pengguna. Secara umum, pengalaman pengguna mengacu pada desain produk atau layanan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga intuitif, memuaskan, dan menyenangkan bagi pengguna. Dalam era digital, *User Experience* sangat penting, terutama dalam lingkungan belanja online di mana interaksi langsung antara penjual dan pembeli tidak mungkin terjadi.

Pengalaman pengguna dapat dibagi menjadi dua komponen utama:

- 1) Komponen kognitif mencakup bagaimana pengguna melihat barang atau layanan secara efektif, andal, dan berguna. Komponen kognitif *User Experience* didukung oleh antarmuka yang mudah digunakan, proses transaksi yang lancar, dan aksesibilitas informasi.
- 2) Komponen Afektif: Ini adalah emosi yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan; ini dapat berupa kepuasan, kepercayaan, atau kegembiraan. Pengalaman yang baik biasanya mencakup antarmuka yang menarik secara visual atau fitur interaktif yang membuat pengguna terhibur.

Pengalaman pengguna yang dirancang dengan baik akan membuat pelanggan lebih bahagia karena mereka merasa bahwa barang atau jasa tersebut memenuhi ekspektasi mereka dari segi fungsional dan emosional. Misalnya, pengguna cenderung lebih puas dan nyaman saat melakukan transaksi di platform e-commerce dengan *User Experience* yang mudah dipahami. Studi juga menunjukkan bahwa desain antarmuka yang menarik dapat membuat pelanggan merasa lebih baik tentang kegunaan produk, bahkan jika produk tersebut tidak lebih mudah digunakan daripada produk lain. Pengalaman positif ini dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan karena pelanggan yang puas cenderung

kembali menggunakan layanan yang sama dan menyarankan orang lain untuk menggunakannya.

Diskon merupakan salah satu strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan persepsi nilai dan niat beli konsumen. Diskon memberikan insentif kepada konsumen untuk membeli dengan harga lebih rendah, yang menciptakan rasa keuntungan atau keuntungan finansial bagi konsumen. Persepsi nilai ini merupakan salah satu aspek yang menentukan perilaku konsumen saat memutuskan untuk melakukan pembelian.

1) Teori Persepsi Nilai dan Harga :

Persepsi nilai bergantung pada pengalaman emosional yang diperoleh dari diskon dan harga absolut. Produk yang didiskon memberi konsumen ilusi harga yang lebih rendah yang dianggap "layak" atau bahkan "adil". Nilai harga diskon dipengaruhi oleh beberapa hal, termasuk besaran diskon, harga awal, dan bagaimana pelanggan melihat barang atau jasa itu. Ketika konsumen melihat bahwa diskon memberikan nilai tambahan, mereka akan lebih tertarik untuk membeli barang tersebut dan bahkan akan merasa puas dengan hasilnya.

2) Efek Diskon pada Perilaku Konsumen

Diskon, terutama bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga, dapat mendorong membeli, menurut penelitian. Diskon dapat menyebabkan "efek kepuasan", di mana pembeli merasa lebih baik karena membeli barang dengan harga lebih rendah dari harga biasa. Ini meningkatkan kemungkinan pembelian dan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Oleh karena itu, memberikan diskon secara teratur dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menghasilkan promosi dari mulut ke mulut yang baik.

**Game Online dan Top Up**

Game online adalah permainan yang dimainkan melalui internet, di mana pemain dapat berinteraksi dengan pemain lain. Top-up dalam game online merujuk pada pembelian item, skin, atau mata uang virtual menggunakan uang nyata. Fenomena ini

mempengaruhi pola konsumsi dan perilaku keuangan terutama di kalangan millennial. Game online ialah bentuk hiburan digital yang memungkinkan pemain berinteraksi dengan pemain lain dari berbagai belahan dunia dalam lingkungan virtual yang beragam. Game online biasanya memiliki fitur sosial seperti obrolan atau forum, yang memfasilitasi interaksi antar pemain. Pemain dapat mengakses konten dan fitur tambahan dengan membeli item virtual menggunakan mata uang virtual atau uang asli. Game online juga dapat mendorong kolaborasi dan interaksi sosial antar pemain, yang berkontribusi pada pembentukan komunitas online yang kuat dan berkelanjutan. (Arisandi & Yuwono, 2023)

Permainan yang dimainkan melalui jaringan lokal, internet, atau media telekomunikasi lainnya disebut game online. Game online berbeda dengan game video atau PC yang tidak membutuhkan koneksi internet. Untuk bermain game online, biasanya digunakan perangkat seperti peramban web, perangkat lunak khusus, dan koneksi jaringan. Istilah permainan berbasis peramban atau game web merujuk pada permainan yang dimainkan melalui peramban web. Game online mencakup berbagai jenis, seperti MMORPG, game internet, game web, judi online, game melalui jaringan lokal, dan game mobile.

Ada beberapa genre game online yang dikelompokkan antara lain sebagai berikut :

- 1) First Person Shooter : adalah jenis permainan internet yang fokus pada penggunaan senjata. Pemain dapat bermain sendiri (single) atau membentuk tim (team) untuk melawan musuh. Contoh game dengan genre ini adalah World War II Online (2001) dan PlanetSide (2003).
- 2) Real Time Strategy : adalah jenis permainan yang menekankan pada keahlian strategi pemain, di mana pemain biasanya mengendalikan banyak karakter sekaligus, bukan hanya satu. Beberapa game populer dalam genre ini antara lain WarCraft (1994), Command and Conquer (1995), Total Annihilation (1997), StarCraft (1998), dan SimCity (1999).
- 3) Cross Platform Online : adalah game yang dapat dimainkan secara daring menggunakan berbagai perangkat keras. Misalnya, Need For Speed Carbon bisa

dimainkan secara online dari PC maupun Xbox 360 (konsol game Xbox 360 memiliki konektivitas internet yang memungkinkan permainan online).

- 4) Browser Game : adalah permainan yang dimainkan melalui peramban web seperti Firefox, Opera, atau Internet Explorer. Agar dapat memainkan game ini, peramban harus mendukung teknologi seperti Javascript, PHP, atau Flash.
- 5) Massive Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPG) : adalah jenis permainan internet di mana pemain dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan pemain lain. Kemampuan karakter dalam permainan ini biasanya diperoleh melalui pengalaman dan sering terkait dengan kemampuan bertarung dan menghadapi musuh. (Yulius, 2017)

Top up game online merupakan aktivitas pembelian item atau mata uang dalam game dengan menggunakan uang nyata. Fenomena ini telah menjadi bagian penting dari ekosistem game online dan berdampak signifikan pada perilaku ekonomi pemain serta industri game itu sendiri.

Penambahan jumlah pinjaman kepada debitur yang terdaftar dikenal sebagai top up. Top up dapat berarti membeli atau mengisi saldo layanan pembayaran seperti e-money, e-wallet, dan lain sebagainya. Masyarakat dapat lebih mudah bertransaksi jika memiliki saldo dalam aplikasi pembayaran. Dengan menggunakan smartphone untuk memindai kode transaksi, Anda dapat membayar tanpa uang fisik. Saat ini, orang banyak menggunakan layanan pembayaran untuk membayar berbagai hal. Masyarakat bahkan tidak perlu menunggu untuk membayar tagihan listrik hingga pajak. cukup dengan menggunakan aplikasi pembayaran yang telah disebutkan sebelumnya.

Untuk melakukan transaksi dalam game, pemain bisa mengisi ulang atau membeli mata uang virtual yang digunakan untuk melakukan top up. Mata uang ini dapat digunakan untuk membeli berbagai item di toko game, seperti skin, peralatan, dan item lainnya yang dapat meningkatkan kekuatan pemain dalam permainan. Beberapa toko offline yang menyediakan layanan pembayaran tambahan, seperti m-banking atau platform toko online, juga memungkinkan transaksi tambahan tersebut. (Yayuli, 2021)

Item virtual adalah barang digital yang bisa dibeli dan dijual dalam lingkungan online tertentu, seperti game online atau lingkungan virtual lainnya. Barang – barang ini biasanya memiliki nilai ekonomi dan dapat digunakan untuk memodifikasi atau meningkatkan pengalaman bermain dalam game atau lingkungan tersebut. Item virtual dapat diperoleh dengan berbagai cara, seperti memenangkan pertandingan, menyelesaikan misi tertentu, atau membelinya dengan mata uang virtual atau uang asli. Selain itu, item virtual juga bisa digunakan untuk tujuan sosial atau hiburan, seperti mendapatkan pakaian atau aksesoris untuk karakter pemain.

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, di mana data numerik dan teknik statistik diterapkan untuk menguji hipotesis, menganalisis interaksi antar variabel, serta membandingkan sampel dengan populasi. Yang berarti data dan informasi disajikan dalam bentuk angka. Seluruh proses penelitian, termasuk pengembangan hipotesis, pembuatan dan distribusi angket atau kuesioner, serta analisis data, dilakukan dengan melibatkan pengukuran, perhitungan, rumus, dan memastikan keakuratan data yang diperoleh. Jenis populasi pada penelitian ini adalah *infinite population* (Cato et al., 2021) karena tidak diketahui angka pasti jumlah masyarakat dari Kabupaten Bone yang aktif bermain game online dan melakukan aktivitas *top up*. Adapun populasinya adalah masyarakat di Kab. Bone. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Infinite Sampling*. *Infinite Sampling*, dalam konteks statistik dan teori probabilitas, mengacu pada konsep di mana sampel diambil dari populasi yang sangat besar atau tidak terbatas jumlahnya. Ini sering digunakan dalam model teoretis di mana populasi dianggap tak terbatas untuk menyederhanakan analisis dan perhitungan.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan jumlah sampel yang diperoleh yakni sebesar 53 responden, dapat dipaparkan karakteristik dari responden yang berkaitan dengan jenis kelamin, dan usia. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Hasil dipersentasekan secara menyeluruh, menjelaskan secara utuh hal penting yang ditemukan. Dapat juga menyajikan diagram, tabel, dan grafik yang disertai dengan narasi. Ditulis dengan Calibri-12 tegak, dengan spasi antarbaris *1,5 lines*.

Tabel 1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	40	75,5%
Perempuan	13	24,5%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data primer, diolah peneliti 2025*

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, responden dalam penelitian ini terdiri dari 40 laki-laki dan 13 perempuan, dengan persentase masing-masing sebesar 75,5% untuk laki-laki dan 24,5% untuk perempuan. Meskipun jumlah responden perempuan lebih sedikit, mereka umumnya dikenal sebagai pemain aktif dalam game online dan cukup sering melakukan aktivitas *Top Up*.

Tabel 1.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia (tahun)	Jumlah	Persentase
13	1	1,9%
14	1	1,9%
16	1	1,9%
18	2	3,8%
19	2	3,8%
20	3	5,7%
21	18	34%
22	20	37,7%
23	5	9,4%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

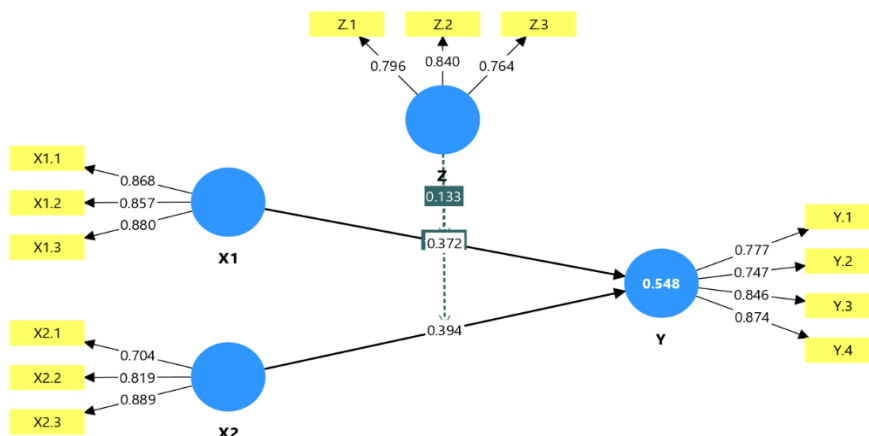
*Sumber :data primer, diolah peneliti 2025*

Pada bagian ini akan disajikan hasil analisis verifikatif mengenai adanya pengalaman memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online, diskon terhadap perilaku top game online, pola keuangan syariah memoderasi hubungan antara pengalaman dengan perilaku top up game online, Pola keuangan syariah memoderasi

hubungan antara diskon dengan perilaku top – up game online melalui software SmartPLS

4.0. Berikut model yang diujikan dalam penelitian ini:

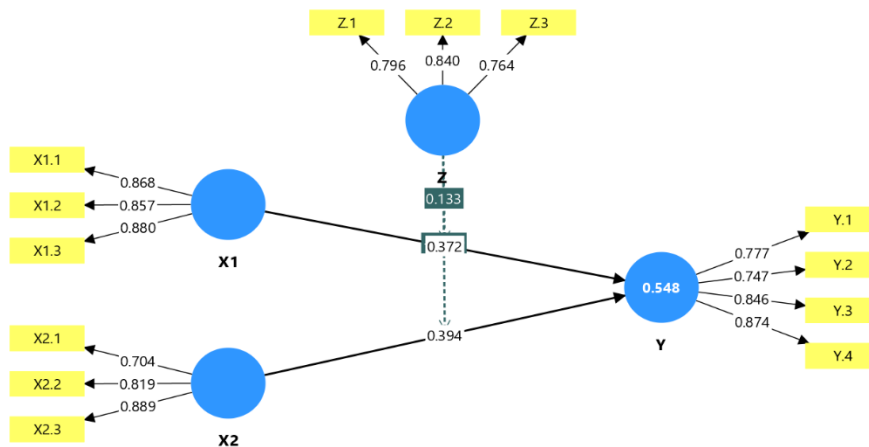
Gambar 1.1 Model Penelitian



Sumber : outer smartpls, 2025

Hasil perhitungan dari keseluruhan model menggunakan SmartPLS 4.0 adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2 Diagram jalur disertai nilai *loading factor*



Sumber : outer smartpls, 2025

Berdasarkan gambar di atas, maka indikator pengujian hasil SEM dengan PLS dilakukan dengan melihat hasil model pengukuran (*outer model*) dan hasil model struktural (*inner model*) dari model yang diteliti.

**Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Evaluasi terhadap *outer model* dilakukan untuk menilai sejauh mana indikator atau variabel manifes mampu merepresentasikan variabel laten dalam *measurement model*. Dalam proses evaluasi ini, pengujian validitas dan reliabilitas menjadi langkah utama. Pada pendekatan PLS, uji validitas dibagi menjadi dua jenis, yaitu *Convergent Validity* yang menilai kesesuaian antar indikator dalam satu konstruk, dan *Discriminant Validity* yang mengukur sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lainnya.

**Uji Validitas**

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen diukur melalui nilai *outer loading*, di mana suatu indikator dianggap valid apabila memiliki nilai sebesar  $\geq 0,7$ . Sebaliknya, jika nilai *outer loading* berada di bawah 0,7, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3 Nilai *Outer loading* Validitas Konvergen

	X1	X2	Y	Z	Z x X1	Z x X2
X1.1	0.868					
X1.2	0.857					
X1.3	0.880					
X2.1		0.704				
X2.2		0.819				
X2.3		0.889				
Y.1			0.777			
Y.2			0.747			
Y.3			0.846			
Y.4			0.874			
Z.1				0.796		
Z.2				0.840		

Z.3				0.764		
Z x X1					1.000	
Z x X2						1.000

Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025

Berdasarkan tabel-tabel di atas, secara keseluruhan item pertanyaan setiap indikator dapat dinyatakan Valid, karena seluruh item pertanyaan memiliki indikator dengan hasil uji sebesar  $\geq 0,7$ , maka kuesioner dapat dilanjutkan hingga semua sampel yang sudah ditentukan.

## 2. Validitas Diskriminan

*Discriminant Validity* dapat dievaluasi melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan akar kuadrat dari nilai AVE. Nilai AVE yang menunjukkan validitas yang baik adalah sebesar  $\geq 0,5$ . Jika nilai  $AVE \leq 0,5$ , maka konstruk tersebut dianggap tidak memenuhi kriteria validitas. Adapun hasil pengukuran nilai AVE dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.4 Nilai AVE (*Average Variance Extracted*)

Variabel Laten	AVE
X1	0.754
X2	0.652
Y	0.660
Z	0.641

Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025

Berdasarkan hasil di atas dapat dilihat bahwa nilai AVE pengalaman sebagai X1 sebesar (0,754), diskon sebagai X2 sebesar (0,652), perilaku *top up* game online sebagai Y sebesar (0,660), dan pola keuangan syariah sebagai Z sebesar (0,641), sehingga validitas diskriminannya terpenuhi.

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.5 *Composite Reability dan Cronbach Alpha*

Variabel Laten	Cronbach's alpha	Composite reliability
X1	0.838	0.902
X2	0.734	0.848
Y	0.834	0.886
Z	0.721	0.842

*Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025*

Berdasarkan tabel di atas, nilai *composite reliability* untuk setiap variabel laten berada di atas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Untuk nilai *Cronbach's alpha*, variabel pengalaman (X1) tercatat sebesar 0,838, diskon (X2) sebesar 0,734, perilaku top up game online (Y) sebesar 0,834, dan pola keuangan syariah (Z) sebesar 0,721. Karena semua nilai tersebut lebih besar dari 0,7, maka indikator-indikator pada variabel-variabel tersebut dapat dianggap reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruknya.

**Pengujian Struktural Model (*Inner Model*)**

Dalam model struktural penelitian ini, kita melihat nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk memahami seberapa kuat hubungan antar variabel yang diteliti. Nilai  $R^2$  ini biasanya dibagi menjadi tiga kategori: angka 0,67 menunjukkan hubungan yang kuat, 0,33 berarti hubungan yang sedang, dan 0,19 menandakan hubungan yang cukup lemah. Berikut ini adalah hasil pengujian nilai  $R^2$  yang didapatkan dalam penelitian ini:

Tabel 4.10 Hasil uji *R square*

	R-square	R-square adjusted
Y	0.548	0.500

*Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025*

Berdasarkan hasil analisis, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,548 dan *adjusted R square* sebesar 0,500, yang termasuk dalam kategori moderat. Ini menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan variasi data sebesar 54,8% (atau 50% setelah disesuaikan), sehingga dikatakan bahwa mampu menjelaskan sebesar 54,8% variasi perilaku top up

game online (Y). Sementara itu, sisanya sebesar 45,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

**Pengujian Kebaikan Model (Model Fit)**

Dalam penelitian ini uji kebaikan model atau model fit menggunakan SRMR dimana SRMR singkatan dari *Standardized Root Mean Square Residual*, nilai SRMR di bawah 0,08 menunjukkan model fit (cocok) serta nilai SRMR antara 0,08-0,10 menunjukkan model *acceptable fit*. Berikut tabel SRMR pada penelitian ini:

Tabel 4.11 SRMR model fit

	Tafsiran Model
SRMR	0.125

*Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025*

Berdasarkan hasil evaluasi model, nilai SRMR untuk estimated model sebesar 0,125, yang menunjukkan bahwa model belum sepenuhnya memenuhi kriteria fit yang ideal (<0,10), namun masih dapat dikategorikan cukup layak.

**Uji Hipotesis**

Untuk melihat apakah pengaruh yang diberikan oleh variabel pengalaman, diskon, pola keuangan syariah dan perilaku top up game online tersebut signifikan atau tidak, maka dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

**1. Pengalaman Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Top – Up Game Online Pada Generasi Z Di Kabupaten Bone. (Hipotesis 1)**

Tabel 4.12 Uji t pengalaman terhadap perilaku top up game online

Variabel Laten	Koefisien Jalur	P values	Kesimpulan
X1 terhadap Y	0.372	0.034	Signifikan

*Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025*

Dari tabel di atas, terlihat bahwa koefisien jalur (*path coefficient*) untuk hipotesis pertama adalah 0,372 dengan tanda positif. Artinya, pengalaman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku top up game online sebesar 0,372. Hal ini didukung oleh nilai P-value sebesar 0,034, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Dengan kata lain, semakin baik pengalaman pengguna, semakin meningkat pula perilaku mereka dalam

melakukan top up game online. Hasil ini memperkuat hipotesis pertama bahwa pengalaman memang berperan penting dalam memengaruhi perilaku top up.

**2. Diskon Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Top – Up Game Online Pada Generasi Z Di Kabupaten Bone. (Hipotesis 2)**

Tabel 4.13 Uji t diskon terhadap perilaku top up game online

Variabel Laten	Koefisien Jalur	P values	Kesimpulan
X2 terhadap Y	0.394	0.024	Signifikan

*Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025*

Dari tabel tersebut, koefisien jalur untuk hipotesis kedua adalah 0,394 dengan nilai positif, yang menunjukkan bahwa diskon memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online sebesar 0,394. Nilai P-value yang tercatat sebesar 0,024, lebih kecil dari 0,05, menegaskan bahwa pengaruh diskon terhadap perilaku top up ini memang nyata secara statistik. Dengan kata lain, semakin besar diskon yang diberikan, semakin tinggi kecenderungan pemain untuk melakukan top up. Hasil ini jelas mendukung hipotesis kedua bahwa diskon secara signifikan memengaruhi perilaku top up game online.

**3. Pola Keuangan Syariah Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Top – Up Game Online Pada Generasi Z Di Kabupaten Bone. (Hipotesis 3)**

Tabel 4.14 Uji t pola keuangan syariah terhadap perilaku top up game online

Variabel Laten	Koefisien Jalur	P values	Kesimpulan
Z terhadap Y	0.074	0.340	Tidak Signifikan

*Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025*

Berdasarkan tabel di atas hasil *path coefficients* untuk hipotesis ketiga adalah 0,074 (positif) dan P Value sebesar  $0,340 \geq 0,05$  yang berarti hubungan ini dinyatakan tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pada pola keuangan syariah tidak secara nyata berkontribusi terhadap perubahan pada perilaku top up game online. Dimana hasil ini menunjukkan tidak mendukung hipotesis ketiga pola keuangan syariah tidak mempengaruhi signifikan terhadap perilaku top up game online.

Selanjutnya, dalam pengujian hipotesis penelitian ini, digunakan metode **Moderated Regression Analysis (MRA)**. Melalui analisis ini, peneliti akan mengevaluasi bagaimana variabel pola keuangan syariah (Z) berperan sebagai moderator yang memengaruhi hubungan antara variabel pengalaman (X1) dan diskon (X2) terhadap perilaku top up game online.

**4. Pola Keuangan Syariah Memoderasi Hubungan Antara Pengalaman Dengan Perilaku Top – Up Game Online Pada Generasi Z Di Kabupaten Bone. (Hipotesis 4)**

Tabel 4.15 Uji t pola keuangan syariah memoderasi pengalaman terhadap perilaku top up game online

Variabel Laten	Koefisien Jalur	P values	Kesimpulan
Z*X1 terhadap Y	0.133	0.152	Tidak Signifikan

*Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025*

Berdasarkan tabel di atas, hasil *Moderated Regression Analysis (MRA)* untuk hipotesis keempat menunjukkan koefisien sebesar 0,133 dengan tanda positif, namun nilai P-value sebesar 0,152 lebih besar dari 0,05. Ini berarti bahwa meskipun pola keuangan syariah terlihat memperkuat pengaruh pengalaman terhadap perilaku top up game online, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan kata lain, pola keuangan syariah tidak berperan sebagai moderator yang signifikan dalam hubungan antara pengalaman dan perilaku top up. Oleh karena itu, hasil ini tidak mendukung hipotesis keempat yang menyatakan bahwa pola keuangan syariah memoderasi pengaruh pengalaman terhadap perilaku top up game online.

**5. Pola Keuangan Syariah Memoderasi Hubungan Antara Diskon Dengan Perilaku Top – Up Game Online Pada Generasi Z Di Kabupaten Bone. (Hipotesis 5)**

Tabel 4.16 Uji t pola keuangan syariah memoderasi diskon terhadap perilaku top up game online

Variabel Laten	Koefisien Jalur	P values	Kesimpulan
Z*X2 terhadap Y	-0.119	0.218	Tidak Signifikan

*Sumber : data diolah peneliti menggunakan smartpls, 2025*

Berdasarkan tabel di atas, hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk hipotesis kelima menunjukkan koefisien negatif sebesar -0,119, dengan nilai P-value 0,218 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa pola keuangan syariah tidak memberikan pengaruh positif, malah cenderung memperlemah pengaruh diskon terhadap perilaku top up game online, namun secara statistik pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan kata lain, pola keuangan syariah tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara diskon dan perilaku top up.

Oleh sebab itu, hasil ini tidak mendukung hipotesis kelima yang menyatakan bahwa pola keuangan syariah memoderasi pengaruh diskon terhadap perilaku top up game online. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka rincian hasil hipotesis pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H1	Pengalaman memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online pada generasi Z di kab. bone	Diterima
H2	Diskon memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online pada generasi Z di kab. bone	Diterima
H3	Pola keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online pada generasi Z di kab. bone	Ditolak
H4	Pola keuangan syariah berpengaruh positif dan tidak signifikan (tidak berperan) dalam memoderasi hubungan antara pengalaman dengan perilaku top – up game online pada generasi Z di kab. bone.	Ditolak
H5	Pola Keuangan Syariah tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan (tidak berperan) dalam memoderasi hubungan antara diskon dengan perilaku top – up game online pada generasi Z di kab. bone.	Ditolak

*Sumber : data diolah peneliti, 2025*

### **Pengaruh Pengalaman terhadap Perilaku Top Up Game Online**

Pada hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online. Hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengalaman bermain game online berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku top up. Semakin sering seseorang bermain, semakin tinggi pula kecenderungannya untuk melakukan pembelian dalam game. Hal ini masuk akal, mengingat pemain yang sudah terbiasa dengan suatu game biasanya lebih memahami pentingnya item berbayar, baik untuk meningkatkan kemampuan karakter, mempercepat progres, maupun sekadar menambah kesenangan saat bermain.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Apidana & Kholifah, 2023) yang menyebutkan bahwa keterlibatan emosional yang kuat dalam bermain game seperti perasaan senang, tertantang, atau bahkan cemas kehilangan momen tertentu dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian item virtual. Pemain merasa bahwa dengan *top up*, mereka bisa mendapatkan pengalaman bermain yang lebih memuaskan.

### **Pengaruh Diskon terhadap Perilaku Top Up Game Online**

Pada hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa keberadaan diskon atau potongan harga memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap perilaku top up dalam game online. Pemain cenderung lebih tertarik untuk melakukan pembelian saat ada penawaran diskon, karena mereka merasa bisa mendapatkan lebih banyak item atau manfaat dengan harga yang lebih murah. Secara psikologis, diskon memberi kesan bahwa pembelian menjadi lebih “menguntungkan”, sehingga mendorong pemain untuk segera melakukan top up sebelum promosi berakhir.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suayana et al., 2023) yang meneliti siswa SMP di Denpasar. Dalam studi tersebut, diskon terbukti mendorong minat siswa untuk membeli item dalam game Krafton. Penawaran diskon menciptakan rasa penasaran sekaligus keinginan untuk tidak melewatkan kesempatan, terutama ketika

promo tersebut bersifat terbatas.

### **Pengaruh Pola Keuangan Syariah terhadap Perilaku Top Up Game Online**

Pada hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa pola keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pola keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku top up dalam game online. Meskipun prinsip keuangan syariah menekankan pentingnya pengelolaan keuangan secara bijak, penghindaran perilaku konsumtif, serta kehati-hatian dalam pengeluaran, kenyataannya prinsip ini belum tentu diikuti dalam konteks pembelian item virtual oleh para pemain game.

Fenomena ini sejalan dengan temuan (Putri, 2024) yang melakukan penelitian terhadap mahasiswa UIN STS Jambi. Dalam studinya, ia menemukan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, meskipun seseorang memahami prinsip-prinsip keuangan syariah, belum tentu hal tersebut cukup kuat untuk menahan keinginan atau dorongan dalam melakukan pembelian yang bersifat impulsif, termasuk dalam bentuk top up game.

Hal yang sama juga diungkapkan dalam penelitian (Putri Ayu Lestari & Khairunnisa, 2024) Mereka meneliti mahasiswa Perbankan Syariah UMSU dan mendapati bahwa meskipun tingkat literasi keuangan syariah mereka cukup tinggi, pengaruhnya terhadap pengendalian perilaku konsumtif tidak signifikan. Dalam konteks ini, pembelian dalam game bisa jadi lebih dipengaruhi oleh faktor emosional, lingkungan sosial, atau kesenangan sesaat, ketimbang pertimbangan finansial berbasis syariah.

Dengan kata lain, meskipun seseorang memiliki pemahaman keuangan syariah yang baik, hal itu belum tentu tercermin dalam perilaku keuangannya, terutama dalam situasi yang melibatkan keinginan instan atau hiburan seperti game online. Faktor-faktor seperti gaya hidup digital, pengaruh teman sebaya, atau kemudahan akses pembayaran juga bisa menjadi variabel yang lebih dominan dalam membentuk keputusan top up.

### **Pengaruh Pola Keuangan Syariah Memoderasi Pengalaman Terhadap Perilaku Top Up Game Online**

Pada hasil pengujian hipotesis keempat yang menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) membuktikan bahwa pola keuangan syariah berpengaruh positif atau memperkuat pengaruh pengalaman terhadap perilaku top up game online juga pola keuangan syariah tidak terbukti memiliki efek moderasi yang signifikan antara variabel pengalaman dengan perilaku top up game online. Dengan demikian bahwa pola keuangan syariah tidak berperan dalam memoderasi hubungan antara variabel pengalaman dengan perilaku top up game online. Dimana hasil ini menunjukkan tidak mendukung hipotesis keempat yaitu pola keuangan syariah memoderasi hubungan antara pengalaman dengan perilaku top up game online.

### **Pengaruh Pola Keuangan Syariah Memoderasi Diskon Terhadap Perilaku Top Up Game Online**

Hasil pengujian hipotesis kelima menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa pola keuangan syariah tidak memberikan pengaruh positif maupun memperlemah pengaruh diskon terhadap perilaku top up game online. Selain itu, pola keuangan syariah juga tidak terbukti memiliki efek moderasi yang signifikan antara variabel diskon dan perilaku top up. Dengan kata lain, pola keuangan syariah tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara diskon dan perilaku top up game online. Oleh karena itu, hasil ini tidak mendukung hipotesis kelima yang menyatakan bahwa pola keuangan syariah memoderasi hubungan antara diskon dan perilaku top up.

Pada hipotesis keempat dan kelima, peneliti kesulitan menemukan teori yang kuat sebagai dasar pengujian, karena penggunaan variabel pola keuangan syariah sebagai variabel moderasi masih sangat terbatas dan jarang dipakai dalam penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini bersifat eksploratif, yang artinya bertujuan untuk menyelidiki suatu masalah yang belum banyak diteliti secara mendalam atau hanya sebagian saja pada waktu-waktu sebelumnya

## **KESIMPULAN**

Merujuk pada analisis yang telah didapat, dapat disimpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online pada Generasi Z di Kabupaten Bone.
2. Diskon memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online pada Generasi Z di Kabupaten Bone.
3. Pola keuangan syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku top up game online pada Generasi Z di Kabupaten Bone.
4. Pola keuangan syariah berpengaruh positif dan tidak signifikan (tidak berperan) dalam memoderasi pengaruh pengalaman terhadap perilaku top up game online pada Generasi Z di Kabupaten Bone.
5. Pola keuangan syariah tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan (tidak berperan) memoderasi pengaruh diskon terhadap perilaku top up game online pada Generasi Z di Kabupaten Bone.

**DAFTAR PUSTAKA**

- A. Faizul Akbar, Wisnu Prabowo, Rafi Dwi Saputra, 'Pengembangan Situs Web Top Up Game Online Menggunakan Analisis Swot', 23091397039
- Apidana, Yordan Hermawan, and Kholifah Kholifah, 'Pengaruh Anteseden Kecanduan Online Mobile Game Terhadap Niat Melakukan Pembelian Item Virtual Pada Mahasiswa', *Journal of Digital Business and Management*, 2.1 (2023), 20–32 <<https://doi.org/10.32639/jdbm.v2i1.265>>
- Arisandi, Febri, and Imam Yuwono, 'Pengaruh Harga , Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Virtual Item Game Online Mobile Legend ( Studi Kasus Di Komunitas Online Mobile Legend )', *Jurnal Portofolio: Jurnal ...*, 2.4 (2023), 347–56 <<http://jurnalprisanicendekia.com/index.php/portofolio/article/view/228%0Ahttps://jurnalprisanicendekia.com/index.php/portofolio/article/download/228/254>>
- Atthoriq, Rangga Adnil, Ifa Hanifia Senjiati, and Intan Manggala Wijayanti, 'Pengaruh Transaksi Jual Beli Barang Pada Game Online Terhadap Perilaku Konsumn Islami', *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6 (2020), 57–60 <<http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v7i1.24824>>
- Cato, Susumu, Eric Rémila, and Philippe Solal, 'Infinite-Population Approval Voting: A Proposal', *Synthese*, 199.3 (2021), 10181–209 <<https://doi.org/10.1007/s11229-021-03242-0>>
- Desfitriady , Ananda Gilang Pramudya, Aditya Noer Rahma, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Layanan Top Up Game Codashop', 8.3 (2021), 10–27
- Edi Kurniawan, 'Pengaruh Loyalitas Merek, Pengalaman Pengguna Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Premium Currency Pada Permainan Online Berbasis Mobile', *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17.3 (2023), 203 <<https://doi.org/10.19184/bisma.v17i3.42933>>
- Ermawati, Nadiah Rahmani, and Nurdin, 'Analisis Transaksi Jual Beli Account Game Online Mobile Legends Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mobile Legends

- Community Hero Di Palu)', *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2021), 1–20  
<<https://doi.org/10.24239/jiebi.v3i1.50.1-20>>
- Hidayat, Muh Fahmi, 'Transaksi Item Virtual Dalam Game Online Di Telkom Plasa Kota Parepare Analisis Hukum Ekonomi Islam', 2020, skripsi
- Listyaningsih, Erna, and Amalia Vika Launi, 'Pengaruh Harga, Diskon Shopee, Iklan Media, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Online Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Moderasi Pada Marketplace Shopee', *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 1.3 (2024), 213–28  
<<https://doi.org/10.59407/jakpt.v1i3.603>>
- Lumi, CK, AL Tumbel, and IWJ Ogi, 'Analisis Reference Group, Endorsment Dan Promotional Mix Terhadap Keputusan Top Up Dalam Game Mobile Pubg Pada Mahasiswa Feb Unsrat', *Ekonomi Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 9.4 (2021), 821–30
- Maharani, Asita Salsabilla, Wira Fimansyah, and Daud Daud, 'Pengaruh Game Online Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Di Desa Tebel Kabupaten Sidoarjo', *Buddayah : Jurnal Pendidikan Antropologi*, 4.1 (2022), 29  
<<https://doi.org/10.24114/bdh.v4i1.35639>>
- Makbul, M., 'Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian', 3.2 (2021), 6  
<[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK\\_ANALISIS\\_DATA\\_PENELITIAN\\_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik\\_Analisis\\_Data\\_Penelitian\\_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITIAN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat)>
- Muslihin, Nasrulloh Jundi, Ahmad Muti, and Refki Saputra, 'Perspektif Hukum Islam Terhadap Jual Beli Diamonds Pada Game Onlinne Mobile Legends Via Online', *Student Development Informatics Management*, 3.2 (2023), 415–24
- Oktaviansyah, Fadhilah Diva, and Ririn Puspita Tutiasri, 'Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Virtual Items Pada Game Online Mobile Legends: Bang Bang', *Journal of*

*Communication and Islamic Broadcasting*, 3.2 (2023), 915–25  
<<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.3655>>

Pramuswari, Irvania, Indriana Kristiawati, Juli Prastyorini, Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis, Stia Dan Manajemen Barunawati Surabaya, Dosen Prodi Administrasi Bisnis, and others, 'Belanja Produk Fashion Tiktokshop', *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01.01 (2024), 1–10

Puspitasari, Vania Evanita, Fitri Yetty, and Siwi Nugraheni, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Imbal Hasil, Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah', *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2.2 (2021), 122  
<<https://doi.org/10.47700/jiefes.v2i2.3292>>

Putri Ayu Lestari, and Khairunnisa, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Penggunaan Shopee Paylater Dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif: Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UMSU', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6.7 (2024), 5096–5112  
<<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2210>>

Putri, Dea Istianah, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN STS JAMBI', 8.10 (2024), 116–23

Rahmadiani, Rida Nur, Arman Hakim Nasution, and Mushonnifun Faiz Sugihartanto, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Virtual Item Dalam Online Mobile Game (Studi Kasus: Mobile Legends Bang Bang)', *Jurnal Teknik ITS*, 10.2 (2021) <<https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.70332>>

Ramadhani, Sidiq Akbar, 'Pengaruh Harga Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Virtual Pada Game Online Mobile Legends Di Samarinda', *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10.2 (2022), 143  
<<https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i2.8259>>

Ruwaidah, Siti Homisyah, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah', *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.1 (2020), 79

<<https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>>

Suayana, I Nyoman, Putu Yudy Wijaya, and I Wayan Suartina, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Potongan Harga Terhadap Niat Beli Item Dalam Game Online Krafton Pada Siswa SMP Negeri 14 Denpasar Di Kesiman Petilan', 3.11 (2023), 2144–52

Vivi Nur Maulidiyawati, Imam Prawoto, Rizal Maulana, 'Jual Beli Diamond Game Online Pada E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Ekonomi Syariah', 2.2 (2024), 114–29

Wulandari, N R, E Ermawati, and F Resty, 'Pengaruh Nilai Pengalaman Dan Diskon Terhadap Minat Pembelian Voucher Game Online (Studi Kasus Mahasiswa Asrama Undhari)', *Innovative: Journal Of Social ...*, 3 (2023), 9015–23

Yayuli, Achyar Abror Ihsan Malika:, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Transaksi Top Up Game Online Shop Berbasis Website Achyar Abror Ihsan Malika: Yayuli Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta', *UMS Library*, 146, 2021, 1–17

Yulianto, Agus, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah', *Analytical Biochemistry*, 11.1 (2018), 1–5 <<http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1>><<http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7>><<http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024>><<https://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103>><<http://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>>

Yulius, Rina, 'Analisis Perilaku Pengguna Dalam Pembelian Item Virtual Pada Game Online', *Journal of Animation & Games Studies*, 3.1 (2017), 1 <<https://doi.org/10.24821/jags.v3i1.1582>>