

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *VIRTUAL GOODS GAME ONLINE MOBILE LEGENDS*

Ika Saputri ^{1*}; Rakhmat Hadi Sucipto ²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis^{1,2}
Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}
bsi.ac.id

ikasaputri987654321@gmail.com ^{1*}, rakhmat.rac@bsi.ac.id ²

Abstract—Consumer behavior in purchasing virtual items in online games excessively will result in a decrease in personal financial stability. The problem is caused by a lack of knowledge about financial literacy. The quantitative statistical method was used as a data collection method in this study. The population of this study were Mobile Legends online game users in Pacitan City, with 97 respondents selected as samples using the Chocran formula through purposive sampling techniques. Primary data was collected through questionnaires, while secondary data was obtained through literature studies. Multiple linear regression analysis was used to analyze the research data. The results of multiple linear regression testing show the regression coefficient for each variable, with an α (constant) value of -3.191, a financial literacy regression coefficient (X1) of 0.297, and a price regression coefficient (X2) of 0.719. Partially, the results showed that financial literacy and price have a positive and significant influence on purchasing decisions for virtual goods in the Mobile Legends online game in Pacitan City. While the simultaneous test results show $f\text{-count } 170.508 > 3.09 f\text{-table}$ with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: financial literacy, price, purchase decision.

Abstrak—Perilaku konsumen dalam pembelian *virtual item* dalam *game online* secara berlebihan akan mengakibatkan penurunan stabilitas keuangan pribadi. Permasalahan tersebut disebabkan karena kurangnya pengetahuan tentang *financial literacy*. Metode kuantitatif statistik digunakan sebagai metode pengumpulan data pada penelitian ini. Populasi penelitian ini adalah pengguna *game online Mobile Legends* di Kota Pacitan, dengan 97 responden dipilih sebagai sampel menggunakan rumus *Chocran* melalui teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis data penelitian. Hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan koefisien regresi untuk setiap variabel, dengan nilai α (*constant*) sebesar -3.191, koefisien regresi literasi keuangan (X1) sebesar 0.297, dan koefisien regresi harga (X2) sebesar 0.719. Secara parsial hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *virtual goods* dalam permainan *game online Mobile Legends* di Kota Pacitan. Sedangkan hasil uji simultan menunjukkan $f\text{-hitung } 170.508 > 3.09 f\text{-tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: literasi keuangan, harga, keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Internet merupakan aspek yang lazim digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, lembaga survei pengguna internet di Indonesia, dari total populasi sekitar 264 juta jiwa, sekitar 64,8% atau 171,17 juta orang telah mengakses internet (Ariyana, Haryani, & Fatkhiyah, 2021). Meskipun pada awalnya hanya digunakan sebagai media

komunikasi, internet kini telah berkembang sebagai platform media bisnis dan pendidikan, bahkan digunakan untuk bermain *game online* (Prandini, 2021).

Game online pertama kali muncul pada tahun 1960, ketika komputer digunakan sebagai sarana bermain *game online* dan dimainkan dengan sejumlah anggota dalam satu lokasi, dimana setiap komputer terhubung dengan sistem *local area network* (LAN) melalui jaringan internet (Wibowo, Syadani, Mukhtar, & Tanjung,

2023). Kemudian pada tahun 1970, *game online* menghadapi transformasi dari jaringan internet dengan sistem LAN menjadi jaringan *Wide Area Network* (WAN) dengan jangkauan yang lebih luas (Khaliq, Listyorini, & Pradhanawati, 2022).

(Wijman, 2022) menyatakan bahwa pada tahun 2022 pendapatan sebesar \$184,4 turun 4,3% dari tahun sebelumnya. Tahun 2022 sebagai tahun korektif setelah dua tahun pertumbuhan pasar yang dipicu oleh *lockdown*. *Game Online Mobile Legends* diterbitkan oleh Moonton, rilis pada *Android* tanggal 14 Juli 2016, dan *iOS (iPhone Operating System)* rilis tanggal 9 November 2016. *Genre game* ini ialah MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*) mengharuskan pemain untuk mengalahkan rivalnya menggunakan taktik pelawanan dan di desain untuk pengguna *smartphone* dengan tambahan *virtual pad* (Firdaus, Budiman, & Anshori, 2020).

Game online Mobile Legends memiliki *virtual goods item* yang dapat dibeli para penggunanya yaitu: *Character Hero, Skin Hero, Battle Emote, Emblem, Twilight Pass, MCL Entrance Ticket, MCL Monthly Pass, MCL Season Pass, Epic Trial Card Choice Bundle, Flag Change Card, Starlight Card, Premium Starlight Card, Rename Card, Squad Rename Card*, dan masih banyak lagi. Pada saat ada *event* pembelian memiliki batas waktu sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan, biasanya berupa *skin* langka yang tidak dapat dibeli setelah batas tanggal *event* habis. Harga yang ditawarkan saat diskon cukup murah sehingga menarik pengguna *game mobile legends* untuk membeli *virtual goods* item tersebut.

Bagi beberapa pengguna, pembelian *virtual item* dalam *game online* dapat menjadi sebuah kebiasaan atau bahkan kecanduan. Jika terlalu banyak menghabiskan uang untuk membeli *virtual goods game online* dan mengabaikan kebutuhan keuangan yang lebih penting, dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terduga atau melebihi anggaran yang ditentukan sehingga mengganggu stabilitas keuangan pribadi bahkan tidak memiliki uang tabungan untuk masa depan.

Masalah tersebut disebabkan karena rendahnya pengetahuan mengenai *financial literacy* sehingga tidak menempatkan kebutuhan dasar dan tujuan jangka panjang keuangan sebagai prioritas utama sebelum membeli item virtual dalam *game online*. Literasi keuangan adalah kemahiran guna memanfaatkan berbagai *financial skill*, termasuk manajemen keuangan pribadi, penganggaran, dan berinvestasi, termasuk mengerti prinsip dan teori keuangan tertentu (Perak, 2023).

Literasi keuangan merujuk pada rangkaian keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu untuk mengambil keputusan dan mengelola sumber daya keuangan mereka secara efektif (Mustika, Yusuf, & Taruh, 2022). Literasi keuangan merupakan suatu proses pengukuran tingkat pemahaman seseorang terhadap informasi keuangan (Upadana & Herawati, 2020). Menurut (Arianti, 2021) literasi keuangan adalah kemampuan untuk menilai informasi dan mengambil keputusan yang efektif tentang penggunaan dan pengelolaan uang.

Menurut (Indrasari, 2019) harga adalah jumlah nilai atau uang yang dibayarkan untuk suatu produk atau jasa berdasarkan pada jumlah nilai yang ditukar oleh pembeli untuk manfaat harga. Konsep ini dianggap sebagai faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, meskipun faktor-faktor non-harga menjadi semakin signifikan dalam perilaku pembelian dalam dekade terakhir. Harga diartikan sebagai jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk layanan tersebut (Ernawati, Dwi, & Argo, 2021).

Keputusan pembelian sebagai metode terintegrasi yang menghubungkan wawasan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku preferensi dan memilih salah satunya. Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian (Zusrony, 2021). Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan mengenai *financial literacy* bagi para pengguna *game online* sehingga dapat menempatkan kebutuhan dasar sebagai prioritas utama sebelum membeli *item virtual* dalam *game online*.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, dengan data yang diperoleh dari pengumpulan data akan diolah menggunakan SPSS25. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh *financial literacy* dan harga terhadap keputusan pembelian. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form*, dengan menggunakan skala *likert*. Setelah mengumpulkan data responden, dilakukan uji kualitas data, yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Langkah selanjutnya melibatkan uji asumsi

klasik, termasuk uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas. Analisis data dilanjutkan dengan uji regresi linear berganda, uji hipotesis yang meliputi uji parsial (T) dan uji simultan (F), serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk memberikan gambaran secara menyeluruh tentang hubungan variabel yang diteliti.

Populasi pada penelitian ini merupakan pengguna *game online Mobile Legends* yang ada di Kota Pacitan Jawa Timur. Teknik penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *Cochran* karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Adapun rumusnya sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \dots\dots\dots (1)$$

Mengacu pada rumus (1) dengan tingkat kesalahan 10%, maka dapat dijabarkan sebagai berikut.

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2} \dots\dots\dots (2)$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 97

Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 97 orang. Sampel tersebut dijadikan responden dalam pengisian kuesioner sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan penulis.

Berikut ini merupakan persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini.

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 \dots\dots\dots (3)$$

$$Y = -3.191 + 0.297 X_1 + 0.719 X_2$$

Sedangkan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan dari *Financial Literacy* terhadap Keputusan Pembelian *Virtual Goods Game Online Mobile Legends*.

H2: Terdapat pengaruh yang signifikan dari Harga terhadap Keputusan Pembelian *Virtual Goods Game Online Mobile Legends*.

H3: Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari *Financial Literacy* dan Hrga terhadap Keputusan Pembelian *Virtual Goods Game Online Mobile Legends*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan jumlah pernyataan 26 item untuk seluruh variabel yaitu *financial literacy* (X_1), harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y). Kuesioner tersebut diberikan

kepada 97 responden yang merupakan pengguna *game online Mobile Legends* di Kota Pacitan. Informasi mengenai profil responden termasuk jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan yang disajikan pada tabel 1 hingga tabel 4.

Tabel 1. Karakteristik responden

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	43
Perempuan	54
Total Responden	97

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari data responden 97 orang yang didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 54 responden sedangkan laki-laki sebanyak 43 responden.

Tabel 2. Karakteristik responden

Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	Jumlah
16-20 tahun	10
21-25 tahun	77
26-30 tahun	5
31-35 tahun	5
Total Responden	97

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden dalam rentang usia 16-20 tahun 10 responden, usia 21-25 tahun adalah 77 responden, usia 26-30 tahun adalah 5 responden, dan usia 31-35 tahun adalah 5 responden.

Tabel 3. Karakteristik responden

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	Jumlah
Pelajar	3
Mahasiswa	51
Karyawan Swasta	31
Pegawai Negeri Sipil	0
Wiraswasta	12
Total Responden	97

Tabel 3 menunjukkan pelajar sebanyak 3 responden, mahasiswa sebanyak 51 responden, karyawan swasta sebanyak 31 responden atau, PNS (0), dan wiraswasta sebanyak 12 responden.

Tabel 4. Karakteristik responden

Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	Jumlah
<Rp1.000.000	52
Rp2.000.000-Rp3.000.000	30
>Rp4.000.000	15
Total Responden	97

Tabel 4 terlihat bahwa responden dengan penghasilan di bawah Rp1.000.000 sebanyak 52 responden, sedangkan yang memiliki

penghasilan antara Rp2.000.000 hingga Rp3.000.000 sebanyak 30 responden, dan yang memiliki penghasilan di atas Rp4.000.000 sebanyak 15 responden.

Hasil Uji Kualitas Data

Peneliti melakukan uji kualitas data berdasarkan data dari responden yang telah terkumpul. Peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel 5 hingga table 7, sedangkan hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 5. Uji Validitas *Financial Literacy* (X1)

No. Item	R-hitung	R -tabel	Keterangan
1	0,607	0.1996	Valid
2	0,670	0.1996	Valid
3	0,525	0.1996	Valid
4	0,744	0.1996	Valid
5	0,688	0.1996	Valid
6	0,704	0.1996	Valid
7	0,666	0.1996	Valid
8	0,674	0.1996	Valid
9	0,779	0.1996	Valid
10	0,734	0.1996	Valid

Dari tabel pernyataan variabel *financial literacy* (X1) pada tabel 5 dapat diartikan bahwa nilai r-hitung > r-tabel dengan signifikan 0,05 artinya bahwa item tersebut valid dan dapat digunakan sebagai data penelitian.

Tabel 6. Uji Validitas Harga (X2)

No. Item	R- hitung	R- tabel	Keterangan
1	0,767	0.1996	Valid
2	0,888	0.1996	Valid
3	0,710	0.1996	Valid
4	0,857	0.1996	Valid
5	0,772	0.1996	Valid
6	0,791	0.1996	Valid
7	0,847	0.1996	Valid
8	0,766	0.1996	Valid

Dari tabel uji item pernyataan variabel harga (X2) pada tabel 6 dapat diartikan bahwa nilai r-hitung > r-tabel dengan signifikansi 0,05 artinya bahwa item tersebut valid dan dapat digunakan sebagai data penelitian.

Tabel 7. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No. Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,866	0.1996	Valid
2	0,801	0.1996	Valid
3	0,778	0.1996	Valid
4	0,876	0.1996	Valid
5	0,808	0.1996	Valid
6	0,814	0.1996	Valid
7	0,763	0.1996	Valid
8	0,822	0.1996	Valid

Dari hasil pengujian validitas item pernyataan variabel keputusan pembelian (Y) pada tabel 7 dapat disimpulkan bahwa nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel. Dengan tingkat signifikansi 0,05 hal ini membuktikan bahwa item-item tersebut valid dan dapat digunakan sebagai data dalam penelitian ini.

Tabel 8. Uji Reliabilitas

Variabel	α hitung	α standar	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	0,865	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,919	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,927	0,60	Reliabel

Tabel 8 menunjukkan bahwa α hitung masing-masing variabel lebih besar daripada α standar 0,60. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada item pertanyaan yang terdapat pada kuisioner memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat dianggap sebagai instrumen yang layak dalam penelitian ini.

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* dengan *confidence interval* 95% mendapatkan hasil 0,056 > dari nilai Sig. 0.05 sehingga diperoleh nilai residual berdistribusi normal sesuai dengan syarat uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh hasil perhitungan dari model regresi di atas dengan nilai tolerance variabel *financial literacy* 0.618 > 0.10 dengan nilai VIF sebesar 1.618 < nilai VIF (10) dan nilai tolerance harga 0.618 > 0.10 dengan nilai VIF sebesar 1.618 < nilai VIF (10), maka dari hasil model regresi diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikoliniearitas pada variabel yang ada dalam penelitian ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan uji *Spearman's rho*, tidak terjadi heterokedastisitas dikarenakan nilai *p-value* atau *sig. (2-tailed)* *financial literacy* (0.811) dan harga (0.911) yang lebih besar dari alpha 0.05.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian analisis regresi linier berganda pada penelitian ini yang disajikan pada tabel 9.

Tabel 9. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
Financial Literacy (X1)	.297	.057	.317	5.201	.000
Harga (X2)	.719	.067	.653	10.713	.000

Berdasarkan hasil dari uji regresi linear berganda diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yaitu nilai α (constant) sebesar -3.191, koefisien regresi financial literacy (X1) sebesar 0.297 dan harga (X2) sebesar 0.719, dari nilai koefisien ini dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 \dots \dots \dots (4)$$

$$Y = -3.191 + 0.297 X1 + 0.719 X2$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar -3,191 (negatif) artinya, jika *financial literacy* dan harga di asumsikan bernilai nol (0), maka keputusan pembelian *virtual goods game online* nilainya adalah -3,191.
- Variabel *financial literacy* memiliki nilai sebesar 0,297, artinya jika *financial literacy* mengalami kenaikan 1 poin, maka keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,297. Dari persamaan tersebut dideskripsikan apabila *financial literacy* mengalami kenaikan atau semakin baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada *virtual goods game online Mobile Legends*.
- Variabel harga memiliki nilai sebesar 0,719, artinya jika harga mengalami kenaikan 1 poin, maka keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,719. Dari persamaan tersebut dideskripsikan apabila harga mengalami kenaikan atau semakin baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada *virtual goods game online Mobile Legends*.

Hasil Uji-t (Parsial)

Pengaruh *Financial Literacy* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Nilai signifikansi variabel *financial literacy* sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $5.201 > t$ -tabel 1.985 artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *financial literacy* terhadap keputusan pembelian.

Semakin baik tingkat pengetahuan *financial literacy* seseorang maka keputusan pembelian *virtual goods game online* juga semakin baik. Tingkat *financial literacy* yang tinggi membantu setiap individu untuk melihat gambaran jangka panjang dalam pengambilan keputusan pembelian.

Dengan tingkat *financial literacy* yang mereka ketahui akan sangat membantu mereka untuk mempertimbangkan bagaimana pembelian saat ini akan memengaruhi tujuan keuangan mereka di masa depan. Dengan pemahaman tentang perencanaan keuangan jangka panjang, individu dapat menghindari pembelian yang berlebihan dan menyisihkan uang yang dimiliki untuk kebutuhan yang lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aini & Susanti, 2021).

Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Nilai signifikansi variabel harga sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $10.173 > t$ -tabel 1.985 artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Semakin tinggi nilai persepsi pengguna terhadap harga, maka akan semakin kuat dorongan pengguna untuk melakukan keputusan pembelian *virtual goods game online Mobile Legends*.

Harga *virtual goods* ketika ada event dan diskon diluncurkan akan mempengaruhi seseorang untuk membelinya dengan manfaat yang di peroleh. Jika harga terlalu tinggi dan melebihi batas kemampuan keuangan seseorang, maka keputusan pembelian akan cenderung ditunda atau dibatalkan. Sebaliknya, jika harga terjangkau dan sesuai dengan uang yang dimiliki, maka seseorang akan lebih cenderung membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ramadhani, 2022).

Hasil Uji F (Simultan)

Hasil uji F (simultan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3366,008	2	1683,004	170,508	.000
Residual	927,827	94	9,871		
Total	4293,835	96			

Nilai f-hitung 170.508 > nilai f-tabel 3.09 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka hipotesis di terima. Dengan demikian, variabel *financial literacy* dan harga sama-sama berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian virtual goods game online.

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 ^a	.784	.779	314.174

Nilai koefisien R square (R²) pada tabel 11 sebesar 0,784. Artinya, rasio variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 78,4% sedangkan sisanya 21.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang sudah dilakukan oleh penulis mengenai *financial literacy* dan harga terhadap keputusan pembelian virtual item game online di kota Pacitan.

Dapat ditarik kesimpulan hasil dari uji regresi linear berganda diperoleh koefisien regresi masing masing variabel yaitu nilai α (constant) sebesar -3.191, koefisien regresi literasi keuangan (X1) sebesar 0.297 dan harga (X2) sebesar 0.719. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan dan harga terhadap keputusan pembelian virtual goods game online Mobile Legends di Kota Pacitan sedangkan hasil uji simultan diperoleh f-hitung 170.508 > 3.09 f-tabel dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 artinya variable independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y.

REFERENSI

Aini, F. N., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *E-Jurnal*

Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 10(11), 991.

Arianti, B. (2021). Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya) Baiq Fitri Arianti Penerbit Cv. Pena Persada. *Thesis Common*, 251.

Ariyana, R. Y., Haryani, P., & Fatkhayah, E. (2021). Pemanfaatan Marketplace Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Umkm Pada Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten *Jurnal Dharma Bakti*, 4(1), 67-76. Retrieved from <https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/dharma/article/view/3503%0Ahttps://ejournal.akprind.ac.id/index.php/dharma/article/download/3503/2564>

Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *4(2)*, 200-218.

Firdaus, M. B., Budiman, E., & Anshori, M. F. (2020). Evaluasi Skema Panduan Game Berbasis Motion Graphic Animation Pada Esports Bergenre Multiplayer Online Battle Arena. *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 4(1), 36.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.

Khaliq, I., Listyorini, S., & Pradhanawati, A. (2022). "MOBILE LEGENDS BANG BANG" (Studi Pada Konsumen Mobile Legends Bang Bang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 411-419.

Mustika, M., Yusuf, N., & Taruh, V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 82-96.

Perak, K. (2023). *The Ultimate Guide to Financial Literacy*.

Prandini, Y. (2021). Faktor - Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Virtual Dalam Online Games Mobile Legends. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 294.

Ramadhani, S. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Produk Virtual pada Game Online Mobile Legends di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(2), 143.

Upadana, I. W. Y. A., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan*

- Humanika*, 10(2), 126.
- Wibowo, A., Syadani, R., Mukhtar, I. R., & Tanjung, M. R. A. (2023). Social Change Through Online Game Trand In Communities At. *Unes Journal of Scientech Research*, 8(1), 48-58.
- Wijman, T. (2022). The Games Market In 2022: The Year in NumbersNo Title.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). semarang: Yayasan Pima Agus Teknik.