

Kecanduan game online, kontrol diri dan kecenderungan impulsive buying pada remaja pengguna roblox di surabaya

by Adi Faturahman

Submission date: 27-Jan-2026 07:42AM (UTC+0700)

Submission ID: 2864515500

File name: Psikologi_1512200218_Adi_Faturahman.docx (4.26M)

Word count: 3377

Character count: 23343

Kecanduan game online, kontrol diri dan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna roblox di surabaya

Adi Faturrahman

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Psikologi, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

Rahma Kusumandari

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Psikologi, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

Mamang Efendy

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Psikologi, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

E-mail: adifaturrahman21082002@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the relationship between online game addiction and self-control with impulsive buying tendencies among adolescent Roblox users in Surabaya. The research problem is grounded in the increasing engagement in online gaming among adolescents, particularly on the Roblox platform, which is equipped with a virtual economic system. This study employed a quantitative correlational approach, involving 351 participants selected through purposive sampling. The research instruments consisted of an online game addiction scale, a self-control scale, and an impulsive buying tendency scale, which were analyzed using multiple regression analysis. The findings indicate that online game addiction is positively and significantly correlated with impulsive buying tendencies ($\beta = 0.573$; $p < 0.001$), suggesting that higher levels of addiction are directly associated with increased impulsive buying tendencies. In contrast, self-control did not demonstrate a significant correlation ($\beta = 0.009$; $p = 0.581$). These results indicate that online game addiction contributes directly to impulsive buying tendencies, while self-control has not been proven to play a significant role in reducing such tendencies among adolescent Roblox users in Surabaya.

Keywords: impulsive buying tendencies; online game addiction; self-control; adolescents; roblox

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecanduan game online dan kontrol diri dengan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna Roblox di Surabaya. Permasalahan dalam penelitian didasari oleh meningkatnya aktivitas game online di kalangan remaja terutama pada platform Roblox yang dilengkapi sistem ekonomi virtual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional, melibatkan 351 partisipan yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Instrumen penelitian meliputi skala kecanduan game online, skala kontrol diri, dan skala kecenderungan *impulsive buying* yang dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Temuan menunjukkan kecanduan game online berkorelasi positif signifikan dengan kecenderungan *impulsive buying* ($\beta = 0,573$; $p < 0,001$), mengindikasikan tingginya kecanduan berbanding lurus dengan meningkatnya *impulsive buying*. Sebaliknya, kontrol diri tidak memperlihatkan korelasi bermakna ($\beta = 0,009$; $p = 0,581$). Hasil mengindikasikan kecanduan game online berkontribusi langsung yang memicu *impulsive buying*, sementara kontrol diri belum terbukti berperan signifikan dalam mengurangi kecenderungan tersebut pada remaja pengguna Roblox di Surabaya.

Kata kunci: kecenderungan *impulsive buying*; kecanduan game online; kontrol diri; remaja; roblox

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap hiburan remaja secara fundamental, dengan *game online* menjadi salah satu aktivitas yang paling dominan. Data menunjukkan bahwa sebanyak 85,3% anak dan remaja berusia 11-17 tahun terlibat aktif dalam *game online* (Rikkers dkk., 2016). Platform Roblox menjadi salah satu *game online* yang mengalami pertumbuhan pesat dengan 380 juta pengguna aktif bulanan. Keunikan Roblox terletak pada fitur penciptaan konten oleh pengguna yang memungkinkan pemain membuat permainan sendiri, menyesuaikan avatar, dan mengekspresikan identitas digital mereka. Karakteristik ini sangat selaras dengan fase perkembangan remaja yang tengah mencari jati diri dan membutuhkan pengakuan sosial. Platform ini juga mengintegrasikan sistem ekonomi virtual melalui mata uang Robux yang dapat dibeli dengan uang sungguhan, menciptakan ekosistem yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga sebagai ruang transaksi ekonomi digital.

Kecenderungan *impulsive buying* merupakan tindakan membeli yang dilakukan secara spontan, cepat, dan tanpa perencanaan sebelumnya, yang sering kali dipicu oleh rangsangan emosional atau dorongan sesaat (Verplanken & Herabadi, 2001). Aspek utama dari kecenderungan *impulsive buying* mencakup kognitif dan afektif. Perilaku ini dapat dijelaskan melalui Teori Konsumsi Hedonis yang menekankan bahwa pembelian dilakukan untuk memperoleh kesenangan dan kepuasan sesaat, serta Teori Regulasi Diri yang menjelaskan bahwa lemahnya kemampuan individu dalam mengendalikan diri membuat mereka lebih rentan terhadap perilaku *impulsive buying* (Muraven & Baumeister, 2000). Kecenderungan *impulsive buying* dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti dorongan emosional, suasana hati yang labil, dan kecenderungan adiktif, sedangkan faktor eksternal meliputi paparan iklan, potongan harga, tampilan visual produk yang menarik, serta intensitas bermain *game online* yang tinggi.

Keterlibatan intensif dalam *game online* berpotensi menimbulkan kecanduan yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan remaja, termasuk perilaku konsumtif. Lemmens dkk., (2009) mendefinisikan kecanduan *game online* sebagai keterlibatan berlebihan yang bersifat maladaptif, di mana aktivitas bermain menjadi dominan dan menimbulkan konsekuensi negatif dalam kehidupan nyata yang ditandai dengan 7 aspek utama yaitu *salience* (keasikan bermain yang mendominasi pikiran), *tolerance* (kebutuhan bermain semakin lama dan sulit berhenti), *mood modification* (bermain *game* untuk mengubah suasana hati), *relapse* (gagal mengurangi kebiasaan bermain *game*), *withdrawal* (emosi negatif ketika tidak bisa bermain *game*), *conflict* (konflik sosial dan pengabaian relasi akibat *game*), *problems* (masalah pribadi dan aktivitas terganggu akibat *game*).

Dalam konteks Roblox, kecanduan *game online* dapat mendorong munculnya kecenderungan *impulsive buying*, terutama terhadap barang virtual seperti aksesoris avatar, promosi dalam *game*, atau barang terbatas yang ditawarkan dalam waktu terbatas. Data menunjukkan bahwa 71% pengguna Roblox melakukan pembelian dengan rata-rata pengeluaran 16,25 dolar Amerika Serikat per bulan (Co-op Board Games, 2025). Beberapa

penelitian mendukung temuan adanya hubungan positif signifikan antara kecanduan *game online* dengan *impulsive buying*, baik pada pemain *Higgs Domino Island* maupun pada mahasiswa pengguna *game online* (Yoga & Dwatra, 2023).

Salah satu faktor psikologis yang secara teoretis berperan dalam menekan kecenderungan *impulsive buying* adalah kontrol diri. Tangney dkk., (2004) mendefinisikan kontrol diri sebagai kapasitas seseorang untuk mengendalikan respons internal maupun eksternal sehingga mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan lingkungan, memegang peranan krusial dalam menekan kecenderungan *impulsive buying*. Individu dengan kontrol diri tinggi mampu menunda kepuasan, berpikir rasional sebelum membeli, dan menahan dorongan emosional yang muncul saat bermain *game online*. Namun, dalam lingkungan digital yang dirancang untuk memberikan kepuasan instan dan rangsangan berulang, peran kontrol diri dalam menekan *impulsive buying* tidak selalu menunjukkan hasil yang konsisten.

Meskipun penelitian terdahulu telah mengungkap hubungan antara kecanduan *game online* dengan *impulsive buying* maupun peran kontrol diri dalam menekan kecenderungan *impulsive buying*, sebagian besar kajian tersebut berfokus pada jenis permainan tertentu atau responden mahasiswa dan dewasa awal, serta cenderung menguji variabel secara terpisah tanpa mengintegrasikan keduanya dalam satu kerangka penelitian. Roblox memiliki karakteristik unik sebagai platform permainan sekaligus ruang sosial dan ekonomi digital yang menggabungkan aspek hiburan, interaksi sosial, serta perilaku konsumtif dalam satu ekosistem virtual. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis empiris hubungan antara kecanduan *game online* dan kontrol diri terhadap *impulsive buying* dalam konteks *game* berbasis ekonomi virtual pada remaja Indonesia.

3 Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecanduan *game online* dan kontrol diri dengan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna Roblox di Surabaya. Partisipan penelitian berjumlah 351 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dari populasi anggota grup Facebook Pecinta Roblox dengan kriteria berusia 13-21 tahun, telah menggunakan Roblox lebih dari satu tahun, pernah melakukan transaksi di Roblox, dan berdomisili di Surabaya. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Form dengan skala Likert rentang 1-5. Skala kecenderungan *impulsive buying* dikembangkan berdasarkan aspek kognitif dan afektif dari Verplanken & Herabadi, (2001) dengan 18 butir item valid dan nilai reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,881. Skala kecanduan *game online* disusun berdasarkan tujuh aspek dari Lemmens dkk., (2009) yang meliputi *saliency*, *tolerance*, *mood modification*, *relapse*, *withdrawal*, *conflict*, dan *problems* dengan 31 butir item valid dan nilai reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,904. Skala kontrol diri dikembangkan berdasarkan lima aspek dari Tangney dkk., (2004) yang *self-discipline*, *deliberate/non impulsive*, *healthy habits*,

work ethic, dan *reliability* dengan 48 butir item valid dan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,927.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS versi 25 untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2016). Sebelum analisis utama, dilakukan uji prasyarat meliputi uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov yang menghasilkan nilai signifikansi 0,092 ($p > 0,05$) yang menunjukkan data berdistribusi normal, uji linearitas yang menghasilkan nilai signifikansi 0,746 untuk kecanduan *game online* dan 0,071 untuk kontrol diri ($p > 0,05$) yang menunjukkan hubungan linear, uji multikolinearitas dengan nilai toleransi 0,992 dan VIF 1,008 yang menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi 0,405 untuk kecanduan *game online* dan 0,864 untuk kontrol diri yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Seluruh hasil uji prasyarat menunjukkan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linier berganda.

Hasil

Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* selama 13 hari kepada remaja pengguna Roblox di Surabaya. Dari total 380 responden yang mengisi kuesioner, sebanyak 351 responden memenuhi kriteria penelitian dan data mereka layak untuk dianalisis lebih lanjut. Karakteristik partisipan berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas partisipan berada pada rentang usia 18-21 tahun sebanyak 244 orang (69,52%), diikuti oleh kelompok usia 15-17 tahun sebanyak 72 orang (20,51%), dan kelompok usia 13-14 tahun sebanyak 35 orang (9,97%). Berdasarkan jenis kelamin, partisipan laki-laki berjumlah 192 orang (55%) dan partisipan perempuan berjumlah 159 orang (45%).

Tabel 1. Gambaran Demografis Partisipan Penelitian

Karakteristik	Kategori	N	Persentase
Usia	13-14 tahun	35	9,97%
	15-17 tahun	72	20,51%
	18-21 tahun	244	69,52%
Jenis Kelamin	Laki-laki	192	55%
	Perempuan	159	45%
Total		351	100%

Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Nilai Terendah	Nilai Tertinggi	Rata-rata	Simpangan Baku
Kecenderungan <i>Impulsive buying</i>	66	99	82,68	16,51
Kecanduan <i>Game online</i>	92	135	113,49	21,44
Kontrol Diri	158	231	194,45	137,05

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa skor kecenderungan *impulsive buying* memiliki rentang nilai terendah 66 dan nilai tertinggi 99 dengan rata-rata 82,68 dan simpangan baku 16,51. Skor kecanduan *game online* memiliki rentang nilai terendah 92 dan nilai tertinggi 135 dengan rata-rata 113,49 dan simpangan baku 21,44. Sementara itu, skor kontrol diri memiliki rentang nilai terendah 158 dan nilai tertinggi 231 dengan rata-rata 194,45 dan simpangan baku 137,05. Kategorisasi data menunjukkan bahwa mayoritas partisipan berada pada kategori sedang untuk ketiga variabel penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Simultan

Variabel	R	R Square	F	Sig.	Keterangan
Kecanduan <i>Game Online</i> dan Kontrol Diri dengan Kecenderungan <i>Impulsive buying</i>	0,746	0,556	218,303	0,000	Signifikan

Pengujian hipotesis pertama menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kecanduan *game online* dan kontrol diri secara bersama-sama dengan kecenderungan *impulsive buying*. Hasil analisis memperoleh nilai F sebesar 218,303 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Nilai R kuadrat sebesar 0,556 menunjukkan bahwa kecanduan *game online* dan kontrol diri secara simultan memberikan kontribusi sebesar 55,6% terhadap kecenderungan *impulsive buying*, sedangkan 44,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Parsial

Variabel	B	t	Sig.	Keterangan
Kecanduan <i>Game online</i> → Kecenderungan <i>Impulsive buying</i>	0,573	20,756	0,000	Signifikan
Kontrol Diri → Kecenderungan <i>Impulsive buying</i>	0,009	0,552	0,581	Tidak Signifikan

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kecanduan *game online* dengan kecenderungan *impulsive buying* dengan nilai t sebesar 20,756 dan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kecanduan *game online*, maka semakin tinggi pula kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna *game* roblox di Surabaya. Sebaliknya, pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan *impulsive buying* dengan nilai t sebesar 0,552 dan tingkat signifikansi 0,581 ($p > 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kontrol diri tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna Roblox di Surabaya.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kecanduan *game online* dan kontrol diri memiliki hubungan dengan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna *game roblox* di Surabaya. Temuan ini menunjukkan bahwa kecenderungan *impulsive buying* pada remaja tidak terbentuk secara terpisah, melainkan dipengaruhi oleh interaksi antara keterlibatan berlebihan dalam *game online* dan aspek regulasi diri. Keterkaitan antara kecanduan *game online* dan kecenderungan *impulsive buying* dapat dijelaskan melalui karakteristik *game online* yang menyediakan sistem *reward* instan, penguatan berulang, serta mekanisme ekonomi virtual. Kondisi ini mendorong remaja untuk terbiasa dengan kepuasan cepat dan pengambilan keputusan spontan, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan *impulsive buying*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mubarak, (2021) yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat kecanduan *game online* yang tinggi cenderung melakukan pembelian impulsif terhadap produk atau perangkat yang berkaitan dengan aktivitas bermain *game*.

Sementara itu, keterlibatan kontrol diri secara simultan menunjukkan bahwa regulasi diri tetap memiliki peran ketika dipahami dalam konteks bersama variabel lain contohnya kecanduan *game online*. Penelitian oleh Ilham & Muhid, (2022) menunjukkan bahwa *self-control* memiliki hubungan signifikan apabila di uji secara simultan. Sedangkan, secara teoretis *Self-Regulation Theory* menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan hasil dari proses pengaturan diri yang dipengaruhi oleh tuntutan lingkungan dan dorongan internal. Dalam konteks remaja yang mengalami kecanduan *game online*, tuntutan tersebut menjadi semakin kuat sehingga memengaruhi kemampuan individu dalam mengelola dorongan konsumtif. Hasil hipotesis simultan ini juga sejalan dengan pendekatan *dual process*, yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh interaksi antara sistem emosional dan sistem rasional. Kecanduan *game online* memperkuat dominasi sistem emosional melalui pencarian kesenangan dan *reward*, sedangkan kontrol diri merepresentasikan sistem rasional yang berusaha mengatur dorongan tersebut. Ketika kedua variabel ini dianalisis secara simultan, pengaruhnya terhadap kecenderungan *impulsive buying* menjadi lebih jelas dan bermakna.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kecanduan *game online* memiliki hubungan yang signifikan dengan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kecanduan *game online*, semakin tinggi pula kecenderungan remaja untuk melakukan pembelian secara impulsif. Hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui karakteristik *game online* yang dirancang dengan sistem penguatan berulang (*reinforcement*), pemberian *reward* instan, serta keberadaan fitur pembelian dalam *game* (*in-game purchases*). Paparan yang intens terhadap mekanisme tersebut membentuk kebiasaan remaja dalam mencari kepuasan cepat tanpa melalui pertimbangan rasional yang mendalam, sehingga mendorong kecenderungan *impulsive buying*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh (Yoga & Dwatra, 2023) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kecanduan *game online* dengan *impulsive*

buying pada remaja pemain *game online*. Penelitian Yoga & Dwatra, (2023) menjelaskan bahwa individu yang mengalami kecanduan *game online* cenderung memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap reward dan dorongan hedonis, yang kemudian diekspresikan dalam bentuk pembelian impulsif, baik dalam konteks *game* maupun di luar *game*. Selain itu penelitian Hasanah dkk., (2022) juga menunjukkan bahwa kecanduan *game online* memiliki hubungan signifikan dengan *impulsive buying*. Hal ini menunjukkan bahwa kecanduan *game online* dapat memengaruhi kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan pembelian. Secara teoretis, temuan ini dapat dijelaskan melalui pendekatan *Behavioral Reinforcement* dan teori adiksi, yang menyatakan bahwa perilaku yang terus-menerus diperkuat oleh reward akan meningkatkan kecenderungan individu untuk mengulang perilaku serupa. Dalam konteks ini, pengalaman memperoleh reward dalam *game online* memperkuat pola pengambilan keputusan impulsif termasuk dalam aktivitas pembelian.

Berbeda dengan kecanduan *game online*, hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna *game* roblox di Surabaya. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan remaja dalam mengendalikan diri tidak secara langsung menentukan tinggi rendahnya kecenderungan *impulsive buying*. Hal ini menunjukkan bahwa pada konteks remaja, dorongan emosional dan situasional yang muncul selama proses bermain *game online* dan interaksi dengan sistem pembelian virtual lebih dominan dibandingkan kemampuan regulasi diri secara kognitif.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wailmi dkk., (2025) yang menemukan bahwa kontrol diri bukan merupakan prediktor yang signifikan terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada remaja. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kecenderungan *impulsive buying* lebih banyak dipengaruhi oleh dorongan emosional dan situasional dibandingkan oleh kemampuan pengendalian diri secara kognitif. Penelitian oleh Kumiawati dkk., (2024) juga menunjukkan bahwa kontrol diri secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan *impulsive buying*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan, pikiran, dan perilaku belum tentu secara langsung menekan kecenderungan melakukan pembelian impulsif.

Secara teoretis, temuan ini dapat dijelaskan melalui *Cognitive-Experiential Self Theory* atau teori *Dual Process* yang dikemukakan oleh Epstein. Teori ini menyatakan bahwa individu memiliki dua sistem pemrosesan informasi, yaitu sistem rasional dan sistem pengalaman. Dalam konteks kecenderungan *impulsive buying*, keputusan pembelian cenderung didorong oleh sistem pengalaman yang bersifat cepat, otomatis, dan emosional. Akibatnya, peran sistem rasional yang berkaitan dengan kontrol diri menjadi kurang dominan. Selain itu, dari perspektif perkembangan remaja sistem pengendalian kognitif belum berkembang secara optimal dibandingkan dengan sistem afektif dan pencarian kesenangan. Kondisi ini menyebabkan remaja lebih mudah terdorong oleh stimulus yang memberikan kepuasan instan, sehingga kontrol diri yang dimiliki belum cukup kuat untuk menekan kecenderungan *impulsive buying*. Sehingga

17 dapat disimpulkan bahwa tidak signifikannya hubungan kontrol diri dengan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja dapat diterima secara teoretis dan empiris.

53 Hasil penelitian ini memberikan pemahaman bahwa kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna *game* Roblox di Surabaya lebih dipengaruhi oleh faktor emosional, situasional, dan karakteristik perkembangan dibandingkan oleh kontrol diri sebagai faktor tunggal. Remaja lebih mudah terdorong oleh rangsangan lingkungan dan kebutuhan emosional sesaat, sehingga keputusan membeli dilakukan secara spontan tanpa melalui pertimbangan rasional yang matang.

Kesimpulan

19 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecanduan *game online* dan kontrol diri dengan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna *game* Roblox di Surabaya. Hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa secara simultan kecanduan *game online* dan kontrol diri memiliki hubungan yang signifikan dengan kecenderungan *impulsive buying*. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berperan dalam memengaruhi munculnya perilaku *impulsive buying* pada remaja, meskipun tingkat pengaruh masing-masing variabel berbeda.

2 Secara parsial, hasil penelitian menunjukkan bahwa kecanduan *game online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan *impulsive buying*. Semakin tinggi tingkat kecanduan *game online*, maka semakin tinggi pula kecenderungan *impulsive buying* yang ditunjukkan oleh remaja pengguna Roblox. Temuan ini mengindikasikan bahwa intensitas dan keterikatan individu terhadap *game online* dapat mendorong perilaku pembelian yang bersifat spontan, tidak terencana, serta lebih didorong oleh dorongan emosional dibandingkan pertimbangan rasional.

42 Berbeda dengan kecanduan *game online*, kontrol diri dalam penelitian ini tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan *impulsive buying*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antara kontrol diri dan kecenderungan *impulsive buying* dinyatakan ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya kontrol diri tidak secara langsung menentukan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja pengguna Roblox. Hasil ini mengindikasikan adanya kemungkinan faktor lain di luar kontrol diri yang lebih dominan dalam memengaruhi *impulsive buying*, seperti faktor situasional, lingkungan sosial, atau fitur dalam *game* itu sendiri.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi berbagai pihak. Remaja pengguna Roblox disarankan untuk mengurangi intensitas bermain *game online* secara lebih terstruktur dan mengembangkan aktivitas alternatif di luar lingkungan digital seperti olahraga, kegiatan sosial, maupun aktifitas kreasi guna mengurangi paparan terhadap stimulus konsumtif dalam *game online*. Orang tua juga perlu meningkatkan pengawasan terhadap perilaku bermain anak serta memberikan edukasi mengenai literasi keuangan digital. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang

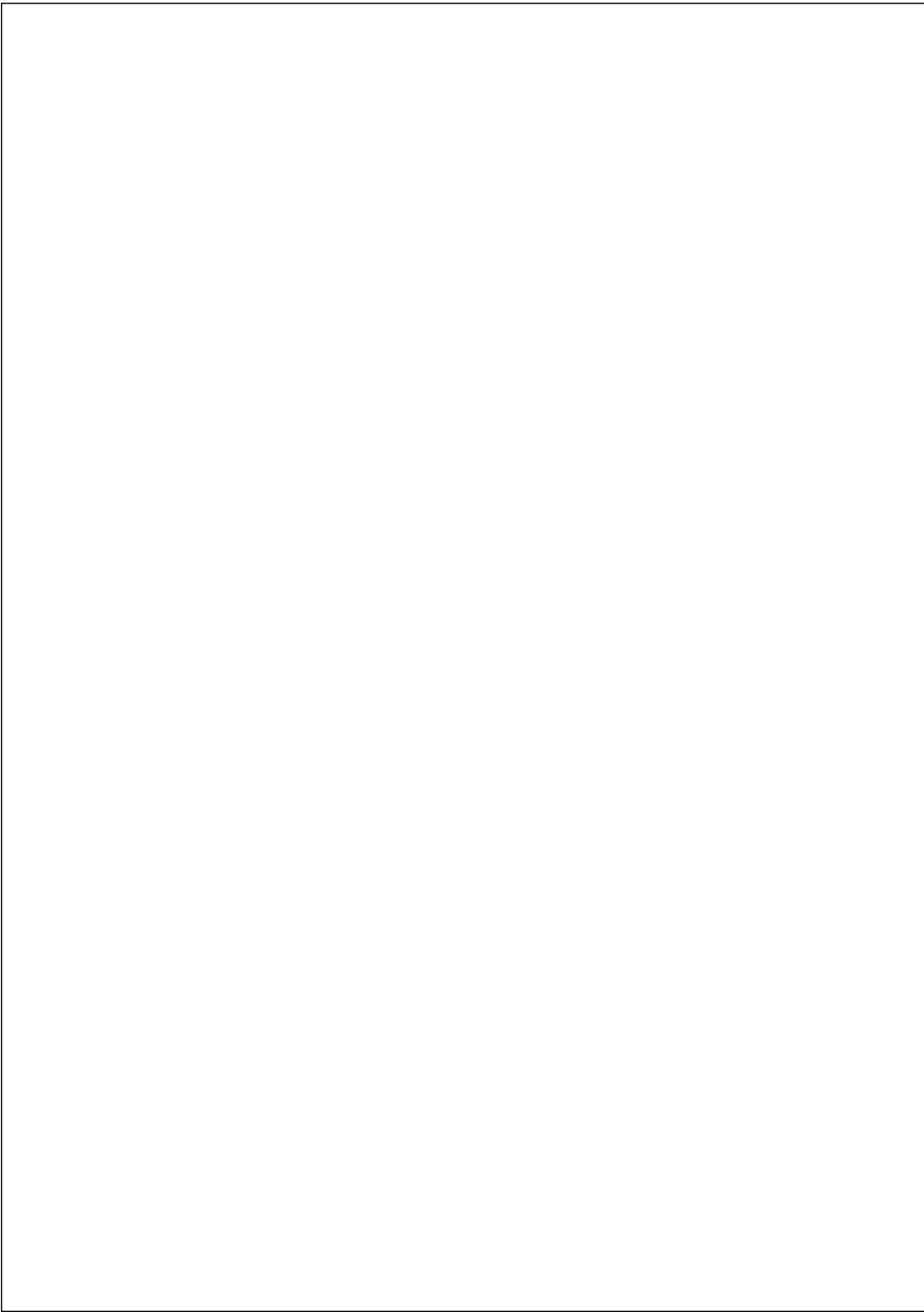
berpotensi mempengaruhi *impulsive buying* seperti pengaruh kelompok sebaya, pengawasan orang tua, strategi pemasaran dalam permainan, serta menggunakan pendekatan kualitatif atau metode campuran untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena ini pada populasi yang lebih beragam.

Referensi

- Co-op Board Games. (2025). *In-Game Purchase Spending Habit Statistics (2025)*. Retrieved from https://coopboardgames.com/statistics/in-game-purchase-spending-habit-statistics/?utm_source=
- Epstein, S. (2014). *Cognitive-experiential theory: An integrative theory of personality*.
- Hasanah, S. S. A., Hidayati, D. S., & Syakarofath, N. A. (2022). Kecenderungan Gaming Disorder dan Perilaku Konsumtif Pembelian Virtual Goods pada Pemain Online Game. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.22146/gamajop.56824>
- Ilham, F., & Muhid, A. (2022). Self control, extrovert personality and *impulsive buying* behaviors among online gamers. *Psikologia: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 17(2), 72–81. <https://doi.org/10.32734/psikologia.v17i2.9538>
- Kurniawati, A. Y., Nurdin, M., & Ushuluddin. (2024). *Regulasi Emosi dan Self Control terhadap Perilaku Impulse Buying*. 33(2), 60–69. <https://doi.org/10.30996/fn.33i2.12337>
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media Psychology*, 12(1), 77–95. <https://doi.org/10.1080/15213260802669458>
- Mubarok, F. H., & Psikologi, J. (2021). Acta Psychologia Hubungan antara Kecanduan Game Online dengan Pembelian Impulsif Perangkat Game pada Mahasiswa. In *Acta Psychologia* (Vol. 3, Issue 1). <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta-psychologia>
- Muraven, M., & Baumeister, R. F. (2000). Self-Regulation and Depletion of Limited Resources: Does Self-Control Resemble a Muscle? *Psychological Bulletin*, 126(2), 247–259. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.2.247>
- Rikkers, W., Lawrence, D., Hafekost, J., & Zubrick, S. R. (2016). Internet use and electronic gaming by children and adolescents with emotional and behavioural problems in Australia - Results from the second Child and Adolescent Survey of Mental Health and Wellbeing. *BMC Public Health*, 16(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3058-1>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). Tangney, Baumeister and Boone(2008)_High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 2(April 2004), 54.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.). <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Wailmi, K., Radiansyah, E., Hidayat, S., Sengaji, Z., Manajemen, P. S., & Kalianda, U. M.

(2025). PERAN SOCIAL INFLUENCE , SELF CONTROL DAN LIFESTYLE. 8(1).

Yoga, A. P., & Dwatra, F. D. (2023). Hubungan Kecanduan Game Online Higgs Domino Island Dengan *Impulsive buying* Pada Remaja Di Kota Padang. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 25(1), 1526-1534.
<https://stkipbima.ac.id/jurnal/index.php/ES/article/view/1822>
<https://stkipbima.ac.id/jurnal/index.php/ES/article/download/1822/1000>



Kecenderungan impulsive buying pada pengguna roblox: apakah dipengaruhi kecanduan game online dan kontrol diri?

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

18%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
2	e-journal.nalanda.ac.id Internet Source	1%
3	Muhammad Nadhif Syuhada, Muslim Afandi, Subhan Subhan. "Peran Kecerdasan Emosional dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam", Indonesian Research Journal on Education, 2025 Publication	1%
4	ejournal.radenintan.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
7	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	1%
8	Anyelir Salsabila Putriajni, Suhendi Suhendi, Nugroho Dwi Saputra. "Visual Content Strategy in Digital Marketing: A Case Study of Sorai Merchandise's Instagram Account", DBESTI: Journal of Digital Business and Technology Innovation, 2025	1%

9	www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id Internet Source	1%
10	www.gunadarma.ac.id Internet Source	1%
11	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	1%
12	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
13	repository.unibos.ac.id Internet Source	1%
14	Submitted to Binus University International Student Paper	1%
15	Briti Nursita, Yansen Alberth Reba, Sirjon Sirjon. "Prestasi Belajar Siswa Ditinjau Dari Kecanduan Game Online dan Motivasi Belajar", Psychocentrum Review, 2021 Publication	1%
16	Jacinda Aline Yoriana Putri, Athaya Wahyu Garjita. "Pengaruh Kecemasan Ujian terhadap Prestasi Belajar Siswa SMK", MASALIQ, 2025 Publication	1%
17	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	1%
18	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	< 1%
19	journalpress.org Internet Source	< 1%
20	perpus.univpancasila.ac.id Internet Source	< 1%
21	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	

<1%

22 eprints.ums.ac.id
Internet Source

<1%

23 univ45sby.ac.id
Internet Source

<1%

24 Andry Aprillya Denanda, Jonathan Jacob Latupeirissa, Sahri Aflah Ramadiansyah, I Wayan Joniarta. "Literasi dan Moderasi Keamanan Digital terhadap Kepuasan Penggunaan QRIS di Kota Denpasar", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025
Publication

<1%

25 Lilin Rosyanti, Indriono Hadi, Kusman Ibrahim. "EKSPLOKASI PERUBAHAN FISIK, DAN GEJOLAK EMOSIONAL PADA PASIEN GAGAL GINJAL TERMINAL YANG MENJALANI HEMODIALISIS (PENDEKATAN KUALITATIF)", Health Information : Jurnal Penelitian, 2019
Publication

<1%

26 Submitted to Sultan Agung Islamic University
Student Paper

<1%

27 repository.unj.ac.id
Internet Source

<1%

28 www.scribd.com
Internet Source

<1%

29 L. Jatmiko Jati, Khodijah Titin Pratiwi, Rini Anggriani, Stevany Hanalya Dethan, Baiq Dinna Widiyasti. "Pengaruh Shopping Enjoyment, Self Control dan Digital Payment Terhadap Perilaku Impulsive Buying", RIGGS:

<1%

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025

Publication

30 adoc.pub <1%
Internet Source

31 garuda.ristekbrin.go.id <1%
Internet Source

32 Rijal Abdillah, Yuarini Wahyu Pertiwi, Erik Saut H Hutahaeen, Ryan Bastoro, Rizki Amalia P Putri, Tiara Anggita Perdini. "Self-monitoring dan Kemampuan Verbal Terhadap Perilaku Berbohong", Jurnal Kajian Ilmiah, 2020 <1%
Publication

33 eprints.undip.ac.id <1%
Internet Source

34 eprints.unram.ac.id <1%
Internet Source

35 publikasi.mercubuana.ac.id <1%
Internet Source

36 takihumasunj.com <1%
Internet Source

37 Eko Prasajo. "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image (Studi Pada Mahasiswa Kota Tegal)", Journal Competency of Business, 2019 <1%
Publication

38 Henkbajeck Jomn Lospabai, Christiana Hari Soetjningsih. "Exploring the Impact of Conformity on Impulsive Buying: Implications for Counseling Practices", Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan, 2024 <1%
Publication

digilib.uinsby.ac.id

39	Internet Source	<1%
40	earsiv.anadolu.edu.tr Internet Source	<1%
41	eprints.amikompurwokerto.ac.id Internet Source	<1%
42	es.scribd.com Internet Source	<1%
43	id.123dok.com Internet Source	<1%
44	lennidwi031.blogspot.com Internet Source	<1%
45	ojs.budimulia.ac.id Internet Source	<1%
46	repository.uksw.edu Internet Source	<1%
47	Eryzal Novrialdy, Rozi Atyarizal. "Online game addiction in adolescent: What should school counselor do?", Jurnal Konseling dan Pendidikan, 2019 Publication	<1%
48	ecampus.uinmybatusangkar.ac.id Internet Source	<1%
49	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%
50	repository.ung.ac.id Internet Source	<1%
51	repository.unp.ac.id Internet Source	<1%
52	text-id.123dok.com Internet Source	<1%

53 Cindy Clarita Sari, Rafiqi ., Muhammad Roihan. "Pengaruh gaya hidup Hedonis, flash sale, dan E-Payment terhadap perilaku Impulsive Buying pada mahasiswa Universitas Jambi dalam Perspektif Ekonomi Islam", JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS, 2025
Publication

<1%

54 talenta.usu.ac.id
Internet Source

<1%

55 Aldora Wihantama, Jusuf Tjahjo Purnomo. "Kontrol Diri dengan Kecanduan Game Online pada Remaja", GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling, 2024
Publication

<1%

56 Pragiwaka Manggala Adji Masnur Alif, Dewi Syarifah. "Pengaruh Big Five Personality dan Self Construal Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen E-Commerce", Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM), 2021
Publication

<1%

57 Rahmat Muhazir, Teuku Tahlil, Hilman Syarif. "Kecanduan Game Online dan Identitas Diri, Interaksi Sosial serta Perilaku Agresif Remaja", Jurnal Keperawatan Silampari, 2023
Publication

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1 words

Exclude bibliography On