

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. *Microtransaction game (X1)* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen Generasi Z mahasiswa Universitas Bojonegoro. Pengaruh yang dihasilkan bersifat negatif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas *microtransaction game*, maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa cenderung menurun. Kondisi ini mengindikasikan adanya kontrol pengeluaran dalam aktivitas pembelian item digital.
2. *Cashless society (X2)* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen Generasi Z mahasiswa Universitas Bojonegoro. Pengaruh tersebut bersifat positif, yang menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran non-tunai berkontribusi terhadap meningkatnya frekuensi dan intensitas konsumsi mahasiswa.
3. Loyalitas (Z) berperan sebagai variabel moderasi pada hubungan antara *microtransaction game* dan perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *microtransaction game* terhadap perilaku konsumsi menjadi lebih kuat pada mahasiswa yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap game tertentu.
4. Loyalitas (Z) tidak memoderasi hubungan antara *cashless society* dan perilaku konsumen. Dengan demikian, pengaruh sistem pembayaran non-tunai terhadap

perilaku konsumtif mahasiswa berlangsung secara langsung tanpa dipengaruhi oleh tingkat loyalitas terhadap platform pembayaran digital.

5. Secara simultan, *microtransaction game*, *cashless society*, serta interaksi loyalitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen Generasi Z mahasiswa Universitas Bojonegoro. Variabel-variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 90,8% variasi perilaku konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, serta dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian, maka beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas *microtransaction game* dan penggunaan sistem pembayaran non-tunai memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumsi. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat lebih memperhatikan pengelolaan pengeluaran pribadi, khususnya dalam melakukan pembelian *microtransaction* yang bersifat berulang. Penggunaan sistem pembayaran non-tunai juga perlu disertai dengan perencanaan keuangan yang lebih terstruktur agar aktivitas konsumsi dapat tetap berada dalam batas kemampuan finansial masing-masing.
2. Bagi pihak kampus, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan program edukasi yang berkaitan dengan literasi keuangan dan literasi digital mahasiswa. Program tersebut diharapkan tidak hanya berfokus pada pemanfaatan teknologi dan kemudahan transaksi

digital, tetapi juga pada pembentukan sikap pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab. Kegiatan sosialisasi, pelatihan, atau pembinaan terkait pengelolaan keuangan pribadi dapat menjadi langkah yang relevan dalam mendukung perilaku konsumsi mahasiswa yang lebih rasional.

3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah variabel dan karakteristik responden. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumen, seperti literasi keuangan, kontrol diri, atau pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, perluasan objek dan wilayah penelitian juga disarankan agar hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam.

5.3. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi hasil penelitian mengenai perilaku konsumen Generasi Z dalam konteks *microtransaction game* dan *cashless society* pada skripsi ini mencakup beberapa aspek sebagai berikut:

1. Peningkatan kesadaran mahasiswa, hasil penelitian ini memberikan pemahaman bagi mahasiswa mengenai adanya keterkaitan antara aktivitas *microtransaction game* dan *cashless society* dengan perilaku konsumsi. Temuan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam mengelola pengeluaran pribadi, khususnya dalam menghadapi kemudahan transaksi digital dan pembelian item virtual yang dilakukan secara berulang.

2. Pengembangan program pendidikan, institusi pendidikan, khususnya Fakultas Ekonomi, dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam merancang program pendidikan yang berkaitan dengan literasi keuangan dan literasi digital. Program tersebut dapat diarahkan untuk membantu mahasiswa memahami konsekuensi dari perilaku konsumsi digital serta mendorong pengambilan keputusan konsumsi yang lebih terencana dan rasional.
3. Kontribusi terhadap pembangunan ekonomi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi digital Generasi Z, khususnya melalui aktivitas *microtransaction game* dan *cashless society*, memiliki implikasi terhadap dinamika ekonomi digital. Selain itu, pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku konsumsi mahasiswa diharapkan dapat menjadi dasar bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi digital yang lebih berkelanjutan, sehingga mampu memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi.
4. Kontribusi terhadap pemahaman perilaku konsumsi digital, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya pemahaman mengenai karakteristik perilaku konsumsi Generasi Z di era ekonomi digital. Pemahaman tersebut dapat menjadi dasar bagi pihak-pihak terkait dalam merumuskan kebijakan, program edukasi, maupun pengembangan layanan digital yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mahasiswa, khususnya di wilayah non-perkotaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nur, Bintoro Bagus Purmono, and Titik Rosnani. 2023. "*The Impact of Gaming Addiction and Gamer Loyalty on Generation Z 's Impulse Buying of Virtual Items in Online Games Abstract :*" 3995(1): 19–26. doi:10.36346/sarjbm.2023.v05i01.003.
- Ajzen, Icek. 1991. "*The Theory of Planned Behavior.*" *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2): 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Aswin, Raden, Nindya Resti, Ramadhani Putri, Subiakto Soekarno, and Sylviana Maya Da-. 2021. "*International Journal of Data and Network Science Analyzing Cashless Behavior among Generation Z in Indonesia.*" 5: 601–12. doi:10.5267/j.ijdns.2021.8.007.
- Biostatistics, Epidemiology*, Mohamad Adam Bujang, and Nadiah Sa. 2021. "*Determination of Minimum Sample Size Requirement for Multiple Linear Regression and Analysis of Covariance Based on Experimental and Non-Experimental Studies.*" (January 2017). doi:10.2427/12117.
- Center, Pew Research. 2019. "*Where Millennials End and Generation Z Begins.*" <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.
- Costes, Jean-michel. 2022. "*Spending Money in Free-to-Play Games : Sociodemographic Characteristics , Motives , Impulsivity and Internet Gaming Disorder Specificities.*"
- Dai, Qi, Linzhang Huang, Hana Nagasawa, Masato Sawada, and Atsushi Oshio. 2024. "*A Study on the Impact of Personality Traits on Behavior of Game Players Toward Spending on In-Game Microtransactions.*" *SAGE Open* 14(3): 1–10. doi:10.1177/21582440241267158.
- Dewi, Cahaya Maulida, and Kharis Fadlullah Hana. 2025. "*The Influence Of Cashless Society And Financial Literacy On Gen Z ' S Consumptive Behavior With Self - Control As An Intervening Variable.*" 4(2): 54–69.
- Doan, Linh T M, Mizan Rahman, and Xuan Vinh Vo. 2025. "*Mitigating Overconsumption through Mindfulness: The Role of Cashless Payments in Impulsive Buying and Sustainable Consumer Behaviour.*" *Journal of Chinese Economic and Business Studies* 23(2): 209–32.
- Ekeröth, Felix, and Viktor Sandoff. 2023. "*Social Elements of Gaming and Microtransaction Purchases : A Multiple Case Study Exploring Perceived Values' Influence on Players' Willingness to Purchase Microtransactions and How These Are Affected by Social Elements of Gaming.*" Jönköping University, Jönköping International Business School.
- Faraz, Naeem. 2025. "*Spendception : The Psychological Impact of Digital*

- Payments on Consumer Purchase Behavior and Impulse Buying.*” : 1–20.
- Farooq Ahmad Bajwa, Jingtao Fu, Ishtiaq Ahmad Bajwa, Shabir Ahmad, Faiq Mahmood. 2025. “Factors Influencing Usage and Loyalty for Payment App Customers in Saudi Arabia.” *Acta Psychologica* 255(November 2024): 104961. doi:10.1016/j.actpsy.2025.104961.
- Francis, T, and F Hoefel. 2018. “‘True Gen’: Generation Z and Its Implications for Companies.” <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>.
- Gani, Irwan, and Siti Amalia. 2015. *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. ed. Monica Bendatu S E - Rendrasta K O - Putri Christian. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Geroche, Joefrey Buenavides. 2025. “The Effect of Consumer Trust in Digital Transactions on Economic Impact : The The Effect of Consumer Trust in Digital Transactions on Economic Impact : The Case of a Cashless Society.” (June).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, Erin, Mark D Griffiths, Filipa Calado, and Andrew Harris. 2025. 41 *Journal of Gambling Studies The Role of Videogame Micro - Transactions in the Relationship Between Motivations , Problem Gaming , and Problem Gambling*. Springer US. doi:10.1007/s10899-024-10365-9.
- Hurley, Dave. 2021. “National College of Ireland Student Name : Student ID : Programme : Module : Supervisor : Submission Due Date : Project Title : Word Count : Gary Farrell MSc in Marketing Dissertation Customer Behaviour of Microtransactions Consumption amongst Males 18-30 Years of Age . Year : Signature : Date : PLEASE READ THE FOLLOWING INSTRUCTIONS : Office Use Only Signature : Date : Penalty Applied (If Applicable) : Customer Behaviour of Microtransactions Consumption amongst Males 18-30 Years of Age . A Dissertation Presented by Gary Farrell , MSc in Marketing , National College of Ireland Submitted to the National College of Ireland in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration August 2021.” : 1–70.
- Id, David Zendle, and Paul Cairns. 2019. “Loot Boxes Are Again Linked to Problem Gambling : Results of a Replication Study.” : 1–13.
- Inst., I D N Res. 2025. *IDN Research Institute Indonesia Millennial & Gen Z Report 2025*. Jakarta: IDN Research Institute. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-genz-report-2025.pdf>.
- Institute, I D N Research, and Advisia. 2024. “Indonesia Gen Z Report 2024.” <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report->

2024.pdf?utm_source.

- Kuswardhani, Epifaniga Lintang, Margaretha Ananda, Nurachma Pravita, Ahyar Yuniawan, Amie Kusumawardhani, and Universitas Diponegoro. 2025. "Economic and Business Horizon."
- Mackiewicz, Jo. 2018. "A Mixed-Method Approach." In *Writing Center Talk over Time: A Mixed-Method Study*, New York: Routledge. doi:10.4324/9780429469237-3.
- Mahendra, Farza Alif, Riyanto Jayadi, and Erwin Halim. 2024. "Examining Drivers of Urge to Purchase in Video Game Microtransactions." 14(5): 131–47. doi:10.33168/JSMS.2024.0508.
- Matondang, Zulaika, and Hamni Fadlilah Nasution. 2022. *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- McCrindle, M. 2019. "Understanding Generation X." <https://mccrindle.com.au/insights/blog/understanding-generation-x/>.
- Newzoo. 2025. *Gen Alpha & Gen Z: The Future of Gaming [Free Report]*. Newzoo. <https://newzoo.com/resources/trend-reports/gen-alpha-gen-z-the-future-of-gaming-free-report>.
- Nugraha, Billy. 2022. *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Karawang: Pradina Pustaka.
- Oliver, Richard L. 1999. "Whence Consumer Loyalty?" *Journal of Marketing* 63(S1): 33–44. doi:10.2307/1252099.
- Permana, Intan. 2021. "Post-Usage E-Banking Behavior on BNI 46 Customer Loyalty in Kabupaten Garut." 187(Gcbme 2020): 417–22.
- Pessi, Salakari. 2024. "The Consumer Psychology of Microtransactions in Free-to-Play Games." : 7–27.
- Putra, Bagas Kautsar Azizal, Virgo Simamora, and Endyastuti Pravitasari. 2023. "Dampak Microtransaction Game Online Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z Di Indonesia." *Journal of Business Studies (Jobs)* 9(2): 1–20.
- Putri Novita Lestaria, Ferry Putra Samudrab, Siska Ernawati Fatimah. 2025. "From Cash to Digital: The Impact of Trust and Cashless Payments on Consumer Behavior Putri." 16(3): 723–35. doi:10.32832/jmuika.v16i3.19235.
- Rahiem, Vikry Abdullah, and Charisma Asri Fitrananda. "10. Persepsi Gamers." 11(2): 99–108.
- Rahmiati, R, M. E. Hoque, P Susanto, and A Al Mamun. 2024. "The EMoney Revolution: How Culture and Technology Drive Adoption and Use."

Journal of Science and Technology Policy Management
[volumeno]([issueno]): [startpage]-[endpage].
doi:10.1108/JSTPM-05-2024-0192.

- Salam, Karta Negara, A We Tenri, Fatimah Singkeruang, and M Fahrul Husni. 2024. "Gen-Z Marketing Strategies : Understanding Consumer Preferences and Building Sustainable Relationships." 4: 53–77.
- Schiffman, Leon G, and Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behavior*. ed. 9. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Sri Widiyanti, Komang, Ida Ayu Gd Dian Febby Mahadewi, I Made Suidarma, and I GA Desy Arlita. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7(3): 2023.
- Statistik, Badan Pusat. 2025. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2025/08/29/beaa2be400eda6ce6c636ef8/statistik-telekomunikasi-indonesia-2024.html>.
- Straus, W, and N Howe. 1991. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Harper Perennial.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi kedua, cetakan ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2023. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno. 2024. "Pengaruh Social Media Marketing Dan Customer Brand Engagement Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan." *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* 5(1): 223–33. doi:10.37012/ileka.v5i1.2180.
- Suvittawat, Adisak. 2023. "Consumers' Attitude Towards Useability of Cashless Transactions in the Thai Nakhon Ratchasima Province : A Structural Equation Modeling Approach." : 192–200.
- Taufiq, Muhammad Fernanda, and Nurdin Sobari. 2023. "Driving Factors of Loot Box Impulse Purchases on Indonesian FPS and Moba Generation Z Players." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 17(5): 3568. doi:10.35931/aq.v17i5.2309.
- Visa. 2024. "Budaya Cashless Marak di Indonesia Seiring Penggunaan Uang Tunai yang Terus Menurun." *Visa Newsroom – Press Release*.
<https://www.visa.co.id/about-visa/newsroom/press-releases/nr-id-240319.html>.
- Wangke, Shinta J C, R P Ramadhanu, F G Worang, and S J C Wangke. 2022. "R . P . Ramadhanu , F . G . Worang , S . J . C . Wangke A Qualitative Analysis

Of Microtransaction And Consumer Behavior Of Online Games (Case Study : Pubg Mobile Games) Terhadap Transaksi Mikro Sebuah Analisa Kualitatif Dan Perilaku Konsusmen (Studi Kasus : Pubg Mobile Games) Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 , Hal 577-583.” 10(4): 577–83.

Xuanze, Zhao, Sam Toonghai, Zhang Xia, and Liu Yujia. 2024. “*Heliyon The Influencing Factors of Game Brand Loyalty.*” *Heliyon* 10(10): e31324. doi:10.1016/j.heliyon.2024.e31324.