

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior The Theory of Planned Behavior. 5978(December). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfredo, M., & Henryanto, A. G. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku pembelian Skin *Mobile Legends* . 17(1), 1–7.
- Antonio, M. S. (2001). Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arifin, K., S, M. R. A., Gricelda, V., Kartono, R., & Studi, P. (2023). Pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan transaksi mikro di valorant. 3.
- Asmiati, N. (2020). Penerapan Algoritma Naive Bayes Untuk Mengklasifikasi Pengaruh Negatif Game Online Bagi Remaja Milenial (Application of the Naive Bayes Algorithm to Classify the Negative Effects of Online Games on Millennial Adolescents). 2(3), 141–149.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2024. *Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. Jakarta: APJII.
- Cudworth, A. L. (2014). Virtual World Design. Boca Raton: Taylor & Francis Group.
- DetikInet. (2022). *Survei: 53 Persen Gen Z Pilih Gaming sebagai Aktivitas Utama di Waktu Luang*. Jakarta: detik.com.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghulam, A. (2016). Pengantar Fiqih Muamalah. Yogyakarta: Deepublish.
- Griffiths, M. D. (2015). Gaming disorder and its treatment within the context of online gaming addiction. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 45(4), 219–228.
- GoodStats. (2025, December 25). *Daftar game online terpopuler di kalangan anak muda 2025*. GoodStats.
- Hafifi, R. (2024). Machine Translated by Google Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Pemain Game Online Valorant di Kota Surabaya) Machine Translated by Google. 2022(1), 83–97. <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i1.569>
- Hair et.al. (2019). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Using R.

- Hamari, J. (2015). International Journal of Information Management Why do people buy virtual goods ? Attitude toward virtual good purchases versus game enjoyment. *International Journal of Information Management*, 35(3), 299–308. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.01.007>
- Hanzaee, K. H., & Rezaeyeh, S. P. (2013). Investigation of the effects of hedonic value and utilitarian value on customer satisfaction and behavioural intentions. 7(March), 818–825. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.728>
- 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>
- Hsieh, J. (2017). DIGITAL - ITEM VIRTUAL GAME ONLINE. 164–186.
- IDN Research Institute. (2021). *Indonesia Gen Z Report 2021: Understanding the Next Generation*. Jakarta: IDN Research Institute.
- IDN Research Institute. (2024). *Indonesia Gen Z Report 2024*. Jakarta: IDN Research Institute.
- Idayanti, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Virtual Goods Online Games *Mobile Legends* (Studi Pada Mahasiswa Di Yogyakarta). Universitas Brawijaya, 1–13.
- Karunia, H., & Lunardy, D. (2016). Tanjungsari dan Lunardy 261 - 279 MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VI, No. 2, Juni 2016. VI(2), 261–279.
- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2019). Video game monetization (e.g., ‘loot boxes’): A blueprint for practical social responsibility measures. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(1), 166–179.
- King, D. L., Delfabbro, P. H., Gainsbury, S. M., Dreier, M., Greer, N., & Billieux, J. (2020). Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective. *Computers in Human Behavior*, 101, 131–143.
- Kotler. P, Keller. L, N. (2009). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited. *Marketing Management* (15th Ed.).
- Limanto, J., Samuel, H., & Adiwijaya, M. (2018). Factors Affecting the Purchase Intention of Virtual Goods in Mobile Game Clash Royale. 1(1), 45–55. <https://doi.org/10.9744/ijbs.1.1.45>
- Malik, M. (2025). Keabsahan Transaksi Jual Beli Item Dalam Game Mobile Legend Dengan Sistem Gacha Perspektif Kitab Undang- Undang Hukum Perdata Dan

- Fiqh Muamalah. 9(2), 137–148.
- Muhammad, A. N., & Hidayanto, A. N. (2023). Niat Gamer Terhadap Pembelian Item Game di Komunitas Virtual : Memperluas Teori Perilaku Terencana.
- Munib, A. (2018). Hukum Islam dan Muamalah (Asas-asas hukum Islam dalam bidang muamalah). *Al-Ulum: Jurnal Penelitian dan Pemikiran Keislaman*, 5(1), 72–80.
- Newzoo. (2024). *Global Games Market Report 2024*. Amsterdam: Newzoo.
- Niko Partners. (2021). *Indonesia Games Market Report*. Seattle: Niko Partners.
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Jambi, U. (2023). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada. 6(2), 125–135.
- Prandini., T. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN ONLINE GAMES *MOBILE LEGENDS* . 7(2), 294–302.
- Rabulizat, T. N., Chairy, C., Rahmiati, F., & Goenadhi, F. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Dan Pembelian Aktual Game Gratis : Kasus Game Valorant. I(2), 455–472.
- Rachman, M. A., & Ghozali, M. L. (2023). Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Game Online Pada Remaja di Kelurahan Siwalankerto Kota Surabaya Perspektif Masalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1698. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7912>
- Rahmadiani, R. N., Nasution, A. H., & Sugihartanto, F. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku pembelian Virtual Item dalam Online Mobile Game (Studi Kasus : *Mobile Legends* Bang Bang). 10(2).
- Renal, Ahmad. Ramadhan, F. (2023). Pengaruh Nilai Fungsional Dan Nilai Sosial Terhadap Niat Beli Item Virtual Pada Game Online Mobile Legend (Survey Pada Pemain Game Online Mobile Legend Di Area Jabodetabek Tahun 2023). 9(23), 82–91.
- Rizal Noor, Ahmad Fathir Al, D. (2025). Tinjauan Fiqih Islam Terhadap Pembelian Mystery Box Pada Game Online Free. 2(3), 471–480.
- Rompas Falentino Yosua, Zakarias John, K., & R, E. J. (2023). *Jurnal ilmiah society*. 3(1), 1–11.
- Rusliani, P. D., & Firmialy, S. D. (2024). Analisis Pengaruh Internet Gaming Disorder Terhadap Compulsive Buying Dengan Self Control Sebagai Moderator (Study Kasus Pada Gamers Gen Z). 6(2), 266–273.
- Rustini, T., Nur, D., Sari, I., Zahidah, D. N., & Husna, S. D. (2025). Kondisi Ketika Kebutuhan Sekunder dan Tersier Lebih Diutamakan dibanding Kebutuhan

- Primer. 9(2012), 3045–3052.
- Sensor Tower. (2024). *Mobile Gaming Insights: Southeast Asia Market*. San Francisco, CA: Sensor Tower.
- Soewandi, R. D., & Nugroho, E. R. (2017). Keabsahan Jual Beli Benda Virtual Melalui Sistem Gacha Dalam Game Online. 157–167.
- Statista. (2023). *Leading mobile MOBA games in Indonesia by number of downloads*. Hamburg: Statista.
- Statista. (2024). *Mobile games revenue in Indonesia: Mobile Legends: Bang Bang*. Hamburg: Statista.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Cetakan ke). ALFABETA, CV.
- Teguh, M. (2014). *Metode Kuantitatif.pdf*.
- Waluya, A. H., Arifin, S., Yasid, A., & Ritonga, I. (2022). Etika Konsumsi Dalam Perspektif Maqāṣ id Al- Sharī ' ah. 8(03), 2536–2544.
- Wijaksana, T. I. (2024). Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Barang Virtual Love Nikki Dress Up Queen The Influence Of Hedonic Motivation On Purchasing Virtual Goods Love Nikki Dress Up Queen. 11(1), 1055–1060.
- Wilson, N., & Christella, R. (2019). An empirical research of factors affecting customer satisfaction: a case of the indonesian e-commerce industry. 14(1), 21–44.
- Wimar, Avin Budyastomo, Dianti, L. (2022). Pengaruh Nilai Konsumsi dan Pembelian Impulsif terhadap Intensi Pembelian Virtual Item Pada Pemain *Mobile Legends* : Adventure The Influence of Consumption Value and Impulsive Purchase on Virtual Item Purchase Intentions Players of *Mobile Legends* : Adventu. 01(1), 13–25. <https://doi.org/10.56113/takuana.v1i1.12>
- Wu, Ting-yun, Ho Hsun, C. (2014). Faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Barang Virtual di Game Online . Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Maksud Pembelian Virtual. 10(September 2012).
- Yulius, R., Studi, P., Komputer, T., Tinggi, S., & Payakumbuh, T. (2017). Analisis Perilaku Pengguna Dalam Pembelian Item Virtual Pada Game Online Pendahuluan. 3(1), 1–14.
- Zagal, J. P., Björk, S., & Lewis, C. (2013). Dark patterns in the design of games. In *Proceedings of the 8th International Conference on the Foundations of Digital Games* (pp. 39–46). Society for the Advancement of the Science of Digital Games.

Zendle, D., & Cairns, P. (2018). Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. PLOS ONE, 13(11), e0206767.

