

ABSTRAK

Perkembangan *game online* kini menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa dan memengaruhi pola konsumsi mereka, termasuk munculnya perilaku pembelian impulsif pada pemain yang rutin melakukan *top-up*. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa laki-laki pemain *Mobile Legends* di Universitas Malikussaleh. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling*. Sampel terdiri dari 385 mahasiswa aktif yang bermain *Mobile Legends* setiap hari dan pernah membeli *item* dalam *game*. Instrumen penelitian berupa skala *impulsive buying* yang dimodifikasi, mencakup aspek kognitif dan afektif, dengan reliabilitas 0,957. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek afektif lebih dominan, dengan kategori tinggi 56,9%. Berdasarkan fakultas, persentase tertinggi terdapat pada FEB (70,3%) dan FISIP (65,6%), sedangkan terendah pada FH (51,6%) dan FK (56,3%). Berdasarkan sumber dana, mahasiswa dengan penghasilan sendiri memiliki kategori tinggi terbanyak (70,6%), diikuti penerima KIP-K (69,5%) dan dana keluarga (49,7%). Rentang *top-up* paling sering berada pada Rp50.000–Rp250.000 per bulan dengan alasan utama menambah koleksi *skin hero* dan meningkatkan *level* permainan. Durasi bermain 1–2 jam per hari juga menunjukkan kategori tinggi tertinggi (66,1%). Secara keseluruhan, mahasiswa laki-laki pemain *Mobile Legends* memperlihatkan tingkat *impulsive buying* yang tinggi, terutama dipicu oleh dorongan emosional dan kesenangan bermain. Penelitian ini diharapkan meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap perilaku pembelian *item* dalam *game*, karena pembelian berlebihan dapat memicu kecanduan *top-up* hingga kecanduan bermain *game online*. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk penelitian selanjutnya terkait perilaku konsumtif pemain *game online* dengan memasukkan variabel lain yang relevan seperti kontrol diri dan hedonisme.

Kata Kunci: *Impulsive buying, Mahasiswa, Mobile Legends*

ABSTRACT

The growth of online games has become part of students' lifestyles and shapes their consumption patterns, including the emergence of impulsive buying among players who frequently top up. This study aims to describe impulsive buying behavior among male Mobile Legends players at Malikussaleh University. The research uses a descriptive quantitative approach with purposive sampling, involving 385 active students who play Mobile Legends daily and have purchased in-game items. The instrument is a modified impulsive buying scale covering cognitive and affective aspects, with a reliability score of 0.957. The findings indicate that the affective aspect is more dominant, with 56.9% categorized as high. Based on faculty, the highest percentages are found in FEB (70.3%) and FISIP (65.6%), while FH (51.6%) and FK (56.3%) show the lowest. Regarding funding sources, students with personal income have the highest high-category percentage (70.6%), followed by KIP-K recipients (69.5%) and those supported by family (49.7%). The most frequent top-up range is Rp50,000–Rp250,000 per month, mainly for purchasing hero skins and improving gameplay. Students who play 1–2 hours daily also show the highest high category at 66.1%. Overall, male Mobile Legends players display a high level of impulsive buying, largely driven by emotional impulses and gaming enjoyment. This research is expected to raise students' awareness of in-game item purchasing behavior, as excessive purchasing can trigger top-up addiction and even online gaming addiction. Furthermore, the results can be used for further research on online gamers' consumer behavior by incorporating other relevant variables such as self-control and hedonism.

Keywords: *Impulsive buying, Mobile Legends, Students*