BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Hasil

1. Penyajian Data

a. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Secara administratif, Banjarmasin Selatan merupakan salah satu dari lima kecamatan yang ada di Kota Banjarmasin, bersama dengan Banjarmasin Barat, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Utara, dan Banjarmasin Tengah. Kecamatan ini memiliki luas wilayah sekitar 20,06 km² dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Banjar di sebelah selatan, serta Kecamatan Banjarmasin Timur di sebelah utara.

Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Banjarmasin yang dipublikasikan oleh BPS Kota Banjarmasin, jumlah penduduk Kecamatan Banjarmasin Selatan pada tahun 2025 mencapai 171,3 ribu jiwa, dengan laju pertumbuhan penduduk per tahun sebesar 0,66%. Kecamatan ini menyumbang 25,10% dari total penduduk Kota Banjarmasin, dengan kepadatan penduduk mencapai 4.479 jiwa per km² (BPS, 2026).

Banjarmasin Selatan dikenal sebagai kawasan dengan tingkat kepadatan penduduk yang cukup tinggi, terutama di kelurahan-kelurahan seperti Pemurus Dalam, Pemurus Baru, Kelayan Dalam, Kelayan Barat, Kelayan Timur, Kelayan Tengah, Mantuil, dan Pekapuran Raya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Banjarmasin tahun 2024, jumlah

penduduk di Kecamatan Banjarmasin Selatan mencapai lebih dari 160.000 jiwa.Wilayah ini juga dikenal sebagai pusat pendidikan dan perdagangan, dengan banyaknya sekolah (SD, SMP, SMA), perguruan tinggi (termasuk UIN Antasari Banjarmasin yang berlokasi di kawasan ini), serta berbagai pusat aktivitas remaja lainnya.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Banjarmasin Selatan merupakan wilayah perkotaan dengan infrastruktur digital yang cukup maju, akses internet yang merata, serta tingkat penetrasi smartphone yang tinggi di kalangan remaja. Kedua, berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan di wilayah ini (Rasyid, 2024), ditemukan bahwa tingkat keterlibatan remaja dengan game online di Banjarmasin Selatan tergolong tinggi. Penelitian di salah satu SMP negeri di Banjarmasin Selatan menunjukkan bahwa 67% siswa berada dalam kategori kecanduan game online tingkat sedang, sementara penelitian di salah satu SMA negeri di wilayah yang sama menunjukkan angka yang lebih tinggi, yakni 76% siswa berpotensi mengalami kecanduan game online dalam kategori sedang. Temuan ini mengindikasikan bahwa remaja di Banjarmasin Selatan merupakan kelompok dengan intensitas bermain yang relatif tinggi, sehingga sangat potensial untuk ditemukan remaja yang terpapar dan terlibat dalam sistem gacha pada game online.

Ketiga, Kota Banjarmasin, termasuk Banjarmasin Selatan, memiliki karakteristik masyarakat yang mayoritas beragama Islam. Hal ini relevan dengan salah satu tujuan penelitian ini, yaitu menganalisis perilaku konsumsi remaja dalam transaksi gacha dari perspektif ekonomi Islam. Dengan

demikian, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang relevan tentang sejauh mana remaja Muslim di Banjarmasin Selatan menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam (israf, tabdzir, iqtishad) dalam aktivitas konsumsi digital mereka.

Keempat, secara geografis, Banjarmasin Selatan memiliki akses yang relatif mudah dijangkau oleh peneliti karena lokasinya yang dekat dengan tempat peneliti menempuh pendidikan. Hal ini memudahkan peneliti dalam melakukan penyebaran kuesioner, baik secara online maupun pendekatan langsung ke lapangan.

Berdasarkan asumsi ini, wilayah Banjarmasin Selatan dipandang sebagai lokasi yang strategis karena tingginya tingkat penggunaan game online di kalangan remaja, sebagaimana didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu yang telah disebutkan. Dengan tingkat keterlibatan yang tinggi terhadap game online, sangat beralasan untuk menduga bahwa sebagian besar remaja di wilayah ini juga telah terpapar oleh berbagai sistem monetisasi yang ada di dalam game, termasuk mekanisme gacha. Asumsi ini menjadi dasar utama dalam penetapan lokasi penelitian, mengingat fokus penelitian ini adalah pada remaja yang pernah melakukan transaksi gacha.

b. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Secara administratif, Banjarmasin Selatan merupakan salah satu dari lima kecamatan yang ada di Kota Banjarmasin, bersama dengan Banjarmasin Barat, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Utara, dan Banjarmasin Tengah. Kecamatan ini memiliki luas

wilayah sekitar 20,06 km² dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Banjar di sebelah selatan, serta Kecamatan Banjarmasin Timur di sebelah utara.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 105 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online (Google Form) yang disebarkan melalui berbagai platform digital yang umum digunakan oleh remaja, seperti grup media sosial, serta melalui pendekatan langsung di beberapa lokasi di Banjarmasin Selatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan menerapkan kriteria tertentu untuk menjadi responden.

Berikut adalah karakteristik lengkap responden dalam penelitian ini yang disajikan dalam bentuk tabel dan narasi, berdasarkan data primer yang terkumpul.

Tabel 4.0 Indikator Usia

Usia	Jumlah (n)	Persentase
14 tahun	23	21,9%
15 tahun	19	18,1%
16 tahun	13	12,4%
17 tahun	18	17,1%
18 tahun	12	11,4%
19 tahun	20	19,0%
Total	**105**	**100%**

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel distribusi usia responden, diketahui bahwa rata-rata responden berusia antara 14 tahun hingga 19 tahun, dengan total keseluruhan sebanyak 105 orang. Jika dilihat dari komposisinya, responden berasal dari tiga kelompok usia utama, yaitu remaja awal (usia 14-15 tahun), remaja tengah (usia 16-17 tahun), dan remaja akhir (usia 18-19 tahun).

Kelompok usia 14 tahun merupakan kelompok yang paling banyak, yaitu sebanyak 23 orang atau sekitar 21,9% dari total responden. Diikuti oleh kelompok usia 15 tahun sebanyak 19 orang (18,1%) dan kelompok usia 19 tahun sebanyak 20 orang (19,0%). Sementara itu, kelompok usia 16 tahun sebanyak 13 orang (12,4%) merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, disusul oleh kelompok usia 18 tahun sebanyak 12 orang (11,4%).

Tabel 4.1 Indikator Pendidikan Terakhir

Jenjang Pendidikan	Jumlah (n)	Persentase
SMP	30	28,6%
SMA/SMK	70	66,7%
Kuliah/Mahasiswa	5	4,8%
Total	**105**	**100%**

Sumber: Data primer diolah (2026)

Dilihat dari tabel distribusi di atas, diketahui bahwa rata-rata responden lahir antara tahun 2007 hingga tahun 2012, dengan total keseluruhan sebanyak 105 orang. Rentang tahun lahir ini menunjukkan bahwa pada saat penelitian dilaksanakan (tahun 2025), seluruh responden berada pada kisaran usia 13 hingga 18 tahun. Hal ini sesuai dengan target penelitian yang memang menyasar remaja pada jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas.

Tabel 4.2 Indikator Uang Jajan

Kategori Uang Saku	Jumlah (n)	Persentase
Rp100.000 - Rp200.000	23	21,9%
Rp200.000 - Rp300.000	55	52,4%
Rp300.000 - Rp400.000	21	20,0%
Rp400.000 - Rp500.000	6	5,7%
Total	**105**	**100%**

Sumber: Data primer diolah (2026)

Dilihat dari data pada tabel di atas menunjukkan bahwa 52,4% responden memiliki uang saku antara Rp200.000 hingga Rp300.000 per bulan, menjadikan kelompok ini sebagai mayoritas. Kelompok dengan uang saku Rp100.000-Rp200.000 mencakup 21,9%, kelompok Rp300.000-Rp400.000 mencakup 20,0%, dan hanya 5,7% yang memiliki uang saku di atas Rp400.000 (Rp400.000-Rp500.000). Tidak ada responden dengan uang saku kurang dari Rp100.000 maupun lebih dari Rp500.000 dalam sampel ini.

Temuan ini sangat penting karena menunjukkan bahwa responden penelitian ini berasal dari kelompok ekonomi menengah ke bawah (dengan uang saku terkonsentrasi di Rp200.000-Rp300.000 per bulan). Hal ini berbeda dengan asumsi awal yang memperkirakan dominasi uang saku >Rp500.000. Implikasinya, pengeluaran untuk gacha yang bahkan hanya Rp50.000-Rp100.000 per bulan sudah merupakan proporsi yang cukup signifikan dari total uang saku (sekitar 25-50%). Dengan demikian, dampak finansial dari gacha terhadap responden penelitian ini mungkin lebih terasa dibandingkan jika mereka memiliki uang saku yang lebih besar.

Tabel 4.3 Indikator Kelurahan

Kelurahan	Jumlah (n)	Persentase
Pemurus Dalam	70	66,7%
Pemurus Baru	30	28,6%
Mantuil	2	1,9%
Kelayan Dalam	3	2,9%
Total	**105**	**100%**

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berasal dari Kelurahan Pemurus Dalam (66,7%), diikuti oleh Kelurahan Pemurus Baru (28,6%),

sementara Kelurahan Mantuil (1,9%) dan Kelayan Dalam (2,9%) hanya mewakili sebagian kecil responden. Dominasi responden dari Pemurus Dalam dan Pemurus Baru dapat dijelaskan oleh beberapa faktor. Pertama, kedua kelurahan ini merupakan lokasi yang berdekatan dengan kampus UIN Antasari Banjarmasin, sehingga memudahkan peneliti dalam menjangkau responden (karena peneliti juga merupakan mahasiswa UIN Antasari). Kedua, kawasan Pemurus Dalam dan Pemurus Baru termasuk kawasan padat penduduk dengan banyak kompleks perumahan dan kos-kosan . Berdasarkan data, Kelurahan Pemurus Dalam merupakan kelurahan dengan penduduk terbanyak di Banjarmasin Selatan (23.326 jiwa) , sehingga secara statistik memang lebih besar kemungkinannya untuk menghasilkan lebih banyak responden. Sementara itu, Kelurahan Pemurus Baru memiliki jumlah penduduk 16.448 jiwa dan luas wilayah ±143,67 hektar.

c. Penyajian Deskripsi Variabel

1.) Variabel Frekuensi Pembelian Gacha (X1)

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Skor Variabel (X1)

No	N	Alternatif										Rata-rata
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	105	4	4%	40	40%	41	41%	16	16%	4	4%	3.21
2	105	0	0%	7	7%	63	63%	21	21%	14	14%	2.6
3	105	3	3%	17	17%	38	38%	38	38%	9	9%	2.69
4	105	1	1%	6	6%	56	56%	32	32%	10	10%	2.58
5	105	0	0%	15	15%	50	50%	38	38%	2	2%	2.74
6	105	0	0%	14	14%	45	45%	39	39%	7	7%	2.63
7	105	0	0%	21	21%	37	37%	40	40%	7	7%	2.69
RATA-RATA												2.73

Sumber: Data primer diolah (2026)

Rata-rata skor variabel frekuensi pembelian *gacha* (X1) adalah sebesar 2,73 yang menunjukkan bahwa intensitas pembelian *gacha* responden tergolong rendah, cenderung mendekati kategori tidak setuju. Artinya, secara umum mereka jarang melakukan pembelian *gacha*. Adapun item dengan skor tertinggi adalah X1.1 (Mean 3,21), yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden cukup sering melakukan *gacha* harian meskipun hanya sekali. Sebaliknya, skor terendah terdapat pada X1.4 (Mean 2,58), yang memperlihatkan bahwa responden tidak memiliki kebiasaan *gacha* secara teratur dari waktu ke waktu.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun tidak ada pola rutin yang kuat, kebiasaan harian ringan sudah mulai terbentuk, terutama ketika ada *event* baru dalam *game* (X1.5 Mean 2,74). Namun secara keseluruhan, frekuensi pembelian *gacha* responden masih tergolong rendah karena sebagian besar responden tidak melakukan *gacha* lebih dari satu kali dalam sebulan (X1.2 Mean 2,60) dan tidak menghabiskan seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk *gacha* (X1.7 Mean 2,69).

2.) Variabel Biaya Penggunaan Gacha (X2)

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Skor Variabel (X2)

No	N	Alternatif										Rata-rata
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	105	0	0%	16	16%	32	32%	48	48%	9	9%	2.55
2	105	0	0%	13	13%	42	42%	40	40%	10	10%	2.58
3	105	0	0%	14	14%	34	34%	43	43%	14	14%	2.48
4	105	0	0%	11	11%	46	46%	37	37%	11	11%	2.57
5	105	1	1%	9	9%	46	46%	37	37%	12	12%	2.61
6	105	0	0%	14	14%	37	37%	46	46%	8	8%	2.57

7	105	0	0%	15	15%	37	37%	41	41%	12	12%	2.55
8	105	2	2%	12	12%	39	39%	36	36%	16	16%	2.53
RATA-RATA												2.55

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.5, variabel biaya penggunaan gacha memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,55 yang menunjukkan bahwa tingkat pengeluaran responden untuk aktivitas *gacha* berada pada kategori sedang cenderung rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memang pernah mengeluarkan biaya untuk melakukan *gacha*, namun nominal yang dikeluarkan relatif terbatas.

Biaya merupakan seluruh bentuk pengorbanan yang dilakukan individu untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan. Dalam konteks *game online*, biaya penggunaan *gacha* adalah pengeluaran untuk *top-up* atau pembelian mata uang *virtual* yang digunakan dalam sistem *gacha* (Mankiw, 2019).

Nilai tertinggi muncul pada item X2.5 (Mean 2,61), yang menandakan bahwa ada sebagian kecil responden yang rela mengurangi jajan atau kebutuhan lain demi melakukan *top-up*, meskipun kecenderungan ini tidak terlalu kuat. Sebaliknya, skor terendah terdapat pada X2.3 (Mean 2,48), yang memperlihatkan bahwa hampir tidak ada responden yang pernah mengeluarkan biaya hingga Rp300.000 per bulan untuk *gacha*. Hal ini sejalan dengan karakteristik uang saku mayoritas responden yang berada pada kisaran Rp200.000–Rp300.000 per bulan, sehingga pengeluaran di atas Rp300.000 relatif jarang terjadi.

3.) Variabel Perilaku Konsumsi (Y)

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Skor Variabel (Y)

No	N	Alternatif										Rata-rata
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	105	5	5%	66	66%	32	32%	2	2%	0	0%	4.69
2	105	4	4%	53	53%	47	47%	1	1%	0	0%	4.55
3	105	3	3%	43	43%	55	55%	4	4%	0	0%	4.4
4	105	7	7%	20	20%	67	67%	11	11%	0	0%	4.18
5	105	9	9%	70	70%	23	23%	3	3%	0	0%	4.8
6	105	5	5%	58	58%	40	40%	2	2%	0	0%	4.61
7	105	3	3%	42	42%	54	54%	6	6%	0	0%	4.37
8	105	7	7%	66	66%	29	29%	3	3%	0	0%	4.72
9	105	4	4%	20	20%	71	71%	10	10%	0	0%	4.13
10	105	5	5%	24	24%	70	70%	6	6%	0	0%	4.23
11	105	7	7%	30	30%	62	62%	6	6%	0	0%	4.33
RATA-RATA												4.46

Sumber: Data primer diolah (2026)

Rata-rata skor variabel perilaku konsumsi (Y) adalah sebesar 4,46, yang mana hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kesadaran konsumsi yang tinggi, mendekati kategori Sangat Setuju. Menurut pendapat Nugraha dkk. (2021), perilaku konsumsi merupakan proses yang dilakukan individu dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengelola barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam penelitian ini, perilaku konsumsi lebih menekankan pada tingkat rasionalitas responden dalam melakukan konsumsi yang berkaitan dengan aktivitas gacha.

Berbeda dengan dua variabel sebelumnya yang cenderung rendah, pada variabel ini responden menampilkan sikap yang lebih matang dalam mengelola konsumsi. Item-item yang berkaitan dengan prioritas kebutuhan pokok dan perencanaan keuangan rata-rata memperoleh skor yang tinggi. Hal ini menegaskan bahwa responden secara sadar

mendahulukan kebutuhan sehari-hari, memastikan kebutuhan pokok terpenuhi, serta mempertimbangkan kondisi keuangan sebelum melakukan top-up untuk gacha.

Meskipun item-item mengenai prioritas kebutuhan memperoleh skor yang relatif tinggi, item-item yang berkaitan dengan perencanaan dan pengendalian diri memiliki skor yang sedikit lebih rendah. Kesenjangan antara kesadaran akan pentingnya kebutuhan pokok dan lemahnya pengendalian diri ini berpotensi menjadi celah yang dapat mendorong munculnya perilaku konsumsi yang lebih berisiko di masa mendatang.

Secara keseluruhan, profil perilaku konsumsi responden yang tergambar dari data ini adalah sebagai individu yang secara sadar memiliki prioritas yang benar, dimana mereka lebih mementingkan kebutuhan pokok di atas gacha, tetapi lemah dalam eksekusi. Dengan kata lain, mereka mengetahui apa yang seharusnya dilakukan, tetapi tetap melakukan hal yang tidak kurang tepat.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu menjalankan fungsinya dengan tepat, yaitu memastikan bahwa alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur aspek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan *software* SPSS versi 25 untuk melakukan pengujian.

Suatu item dapat dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 105 orang, maka derajat kebebasan

(df) dihitung dengan rumus $n - 2$, sehingga diperoleh df = 103. Berdasarkan tabel distribusi r pada taraf signifikansi 5% (α = 0,05), nilai r-tabel untuk df tersebut adalah 0,1915. Dengan demikian, dalam penelitian ini setiap butir pertanyaan yang memiliki nilai r-hitung di atas 0,1915 dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Frekuensi Gacha	X1.1	0.804	0.1915	VALID
	X1.2	0.754	0.1915	VALID
	X1.3	0.749	0.1915	VALID
	X1.4	0.661	0.1915	VALID
	X1.5	0.658	0.1915	VALID
	X1.6	0.789	0.1915	VALID
	X1.7	0.694	0.1915	VALID
Biaya Gacha	X2.1	0.739	0.1915	VALID
	X2.2	0.774	0.1915	VALID
	X2.3	0.731	0.1915	VALID
	X2.4	0.765	0.1915	VALID
	X2.5	0.757	0.1915	VALID
	X2.6	0.814	0.1915	VALID
	X2.7	0.78	0.1915	VALID
	X2.8	0.824	0.1915	VALID
Perilaku Konsumsi	Y.1	0.829	0.1915	VALID
	Y.2	0.789	0.1915	VALID
	Y.3	0.832	0.1915	VALID
	Y.4	0.761	0.1915	VALID
	Y.5	0.774	0.1915	VALID
	Y.6	0.744	0.1915	VALID
	Y.7	0.832	0.1915	VALID
	Y.8	0.769	0.1915	VALID
	Y.9	0.778	0.1915	VALID
	Y.10	0.779	0.1915	VALID
	Y.11	0.797	0.1915	VALID

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan data tabel hasil uji validitas instrumen di atas, dapat dilihat bahwa nilai r-hitung tiap variabel lebih besar daripada r-tabel. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid

karena telah memenuhi kriteria, yaitu r-hitung > r-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur aspek yang hendak diteliti secara tepat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai sejauh mana serangkaian butir pernyataan dalam kuesioner konsisten dalam mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini digunakan teknik Cronbach's Alpha. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha terhadap tingkat batasan yang dianggap signifikan. Umumnya, nilai α yang sering dipakai berkisar antara 0,5, 0,6, atau 0,7, tergantung kebutuhan penelitian, adapun dalam penelitian ini nilai α yang dipakai adalah 0,6. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai α yang diperoleh lebih besar dari batasan tersebut, artinya butir-butir pernyataan tersebut konsisten dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
X1 Frekuensi Gacha	0.854	> 0,60	RELIABEL
X2 Biaya Gacha	0.903	> 0,60	RELIABEL
Y Perilaku Konsumsi	0.939	> 0,60	RELIABEL

Sumber: Data primer diolah (2026)

Dari hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk ketiga variabel berada di atas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner konsisten dalam mengukur variabel yang sama. Dengan demikian, karena

seluruh nilai Cronbach's Alpha melebihi batas minimal 0,60, maka instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan apakah data residual dalam penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menggunakan bantuan program SPSS 25. Kriteria pengambilan keputusan ditentukan berdasarkan nilai signifikansi (Sig.): apabila nilai Sig. lebih besar dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal, sedangkan jika nilai Sig. lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.77267300
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.053
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer diolah (2026)

Dari hasil uji normalitas yang ditampilkan pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov test (K-S) Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar daripada batas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan kata lain, data penelitian ini memenuhi asumsi normalitas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Uji Multikolinearitas

Uji *multikolinearitas* digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi di antara variabel bebas. Pengujian ini biasanya dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	50.469	2.202		22.915	.000		
	X1	-.642	.147	-.495	-4.359	.000	.569	1.758
	X2	-.009	.118	-.008	-.073	.942	.569	1.758

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditampilkan pada tabel di atas dengan bantuan SPSS 25, diperoleh nilai Tolerance untuk kedua variabel

independen adalah 0,569 yang lebih besar dari 0,10, sedangkan nilai VIF sebesar 1,758 yang lebih kecil dari 10. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas, atau disebut homoskedastisitas.

Dalam penelitian ini digunakan dua metode, yaitu Glejser dan scatterplot, dengan bantuan program SPSS 25. Pada uji Glejser, nilai absolut residual diregresikan terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan adalah nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika lebih kecil dari 0,05 maka heteroskedastisitas terjadi.

Pada uji scatterplot, analisis dilakukan dengan mengamati pola titik yang muncul. Titik-titik harus menyebar secara acak di sekitar angka nol, tidak hanya berkumpul di atas atau di bawah, dan tidak membentuk pola tertentu seperti mengembang lalu menyempit. Jika penyebaran titik acak, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

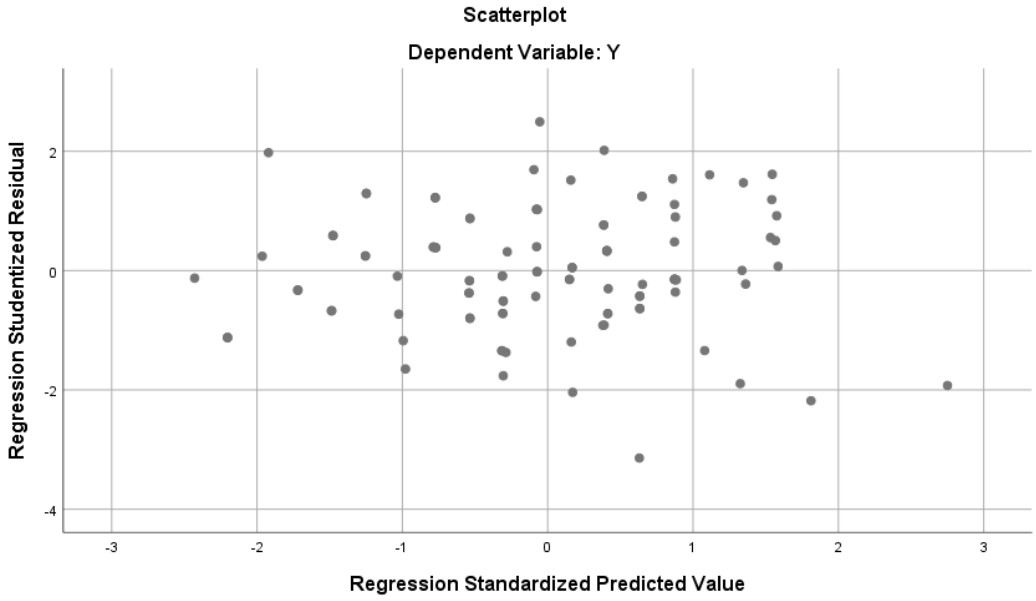
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.286	1.364		3.875	.000		

X1	-.092	.091	-.131	-1.008	.316	.569	1.758
X2	.007	.073	.013	.098	.922	.569	1.758

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer diolah (2026)

Gambar 4.1 Scatterplot



Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menggunakan SPSS 25, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Frekuensi (X1) sebesar 0,316 dan untuk variabel Biaya (X2) sebesar 0,922. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil uji scatterplot yang menunjukkan titik-titik menyebar secara acak di sekitar angka nol tanpa membentuk pola tertentu seperti lengkungan sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

4. Uji Statistik

a. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini ialah untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel bebas (*independen*) ialah frekuensi (X1) dan Biaya (X2) terhadap variabel terkait (*dependen*) ialah perilaku konsumsi.

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	50.469	2.202		22.915	.000
	X1	-.642	.147	-.495	-4.359	.000
	X2	-.009	.118	-.008	-.073	.942

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel hasil regresi, persamaan regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2$

Y=50,469 + (-0,642X1)+ (-0,009X2)

1.) Nilai konstanta (α) sebesar 50,469 menunjukkan bahwa jika variabel frekuensi pembelian *gacha* (X1) dan Biaya Penggunaan *Gacha* (X2) bernilai 0 (nol), maka Perilaku Konsumsi (Y) diperkirakan berada pada angka 50,469. Dalam konteks skala penelitian (dimana skor maksimum untuk Y adalah 55 untuk 11 item, karena skor maksimum per item adalah 5), nilai 50,469 tergolong sangat tinggi. Ini mengindikasikan bahwa dalam kondisi ideal, ketika tidak ada pengaruh frekuensi maupun biaya *gacha*, perilaku konsumsi remaja cenderung sangat rasional.

2.) Koefisien regresi untuk variabel frekuensi (X1) = -0,642. Tanda negatif ini menunjukkan hubungan yang berlawanan arah. Maka hal ini berarti setiap terjadi kenaikan pada variabel frekuensi pembelian gacha (X1), Perilaku Konsumsi (Y) akan menurun sebesar 0,642 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya tetap. Dengan kata lain, semakin sering responden melakukan *gacha*, maka skor perilaku konsumsi rasional akan semakin berkurang. Hal ini menandakan adanya pengaruh negatif dari frekuensi *gacha* terhadap perilaku konsumsi remaja.

3.) Koefisien regresi untuk variabel biaya (X2) = -0,009. Nilai koefisien regresi untuk variabel Biaya juga negatif, namun nilainya sangat kecil mendekati nol. Maka hal ini berarti setiap kenaikan satu satuan pada variabel biaya penggunaan gacha (X2), Perilaku Konsumsi (Y) hanya akan menurun sebesar 0,009 dengan asumsi variabel lain tetap.

b. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Kofesien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variable terikatnya. Nilai Kofesien Determinasi ditentukan dengan nilai Adjusted R square.

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary

					Change Statistics			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.501[a]	.251	.236	4.81924	.251	17.070	2	102	.000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas dapat diketahui bahwa R Square yang diperoleh sebesar 0,251 berarti bahwa 25,1% variasi dari variabel Perilaku Konsumsi (Y) dapat dijelaskan oleh variabel frekuensi pembelian gacha (X1) dan biaya penggunaan gacha (X2) secara bersama-sama. Sementara itu, sisanya sebesar 74,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	50.469	2.202		22.915	.000
	X1	-.642	.147	-.495	-4.359	.000
	X2	-.009	.118	-.008	-.073	.942

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil pengujian nilai t. Dari uji t tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang diuji memiliki pengaruh sebagai berikut :

1.) Frekuensi Pembelian Gacha (X1)

Hasil pengujian menunjukkan nilai t-hitung sebesar -4,359 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti variabel Frekuensi Pembelian gacha berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi (Y).

2.) Biaya Penggunaan Gacha (X2)

Dari hasil pengujian diperoleh nilai t-hitung sebesar -0,073 dengan nilai signifikansi 0,942 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel biaya penggunaan gacha tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi (Y).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.15 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	792.893	2	396.447	17.070	.000[b]
	Residual	2368.954	102	23.225		
	Total	3161.848	104			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 17,070 dengan nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu frekuensi pembelian gacha (x1) dan biaya penggunaan gacha (x2), secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumsi (Y). Dengan demikian, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

B. Pembahasan

1. Hasil secara Simultan

Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama), variabel frekuensi dan biaya *gacha* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi remaja di Banjarmasin Selatan. Berdasarkan *output* SPSS, diperoleh nilai F-hitung = 17,070 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan derajat kebebasan df1 = 2 (pembilang) dan df2 = 102 (penyebut), serta tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai F-tabel = 3,087. Karena F-hitung (17,070) > F-tabel (3,087) dan nilai signifikansi (0,000) < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, Frekuensi Pembelian Gacha (X1) dan Biaya Penggunaan Gacha (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi (Y) remaja di Banjarmasin Selatan.

Pada analisis parsial, variabel biaya *gacha* memang tidak memberikan pengaruh yang signifikan, namun ketika dikaji bersama dengan variabel frekuensi pembelian, kontribusinya tetap terlihat. Temuan ini menegaskan bahwa aktivitas *gacha* tidak hanya berkaitan dengan seberapa besar uang yang dikeluarkan, tetapi juga dengan seberapa sering transaksi tersebut dilakukan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel frekuensi pembelian memiliki rata-rata lebih tinggi dibandingkan variabel biaya penggunaan *gacha*. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung lebih sering melakukan *gacha* daripada mengeluarkan biaya dalam jumlah besar. Dengan kata lain, perubahan perilaku konsumsi lebih banyak dipengaruhi oleh intensitas aktivitas *gacha* dibandingkan besarnya nominal pengeluaran.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,251 menunjukkan bahwa 25,1% variasi perilaku konsumsi dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen secara bersama-sama, sementara sisanya sebesar 74,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kedua variabel bersama-sama memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumsi, terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan di luar penelitian ini yang juga memengaruhi pola konsumsi remaja.

2. Hasil secara Parsial

a. Pengaruh Frekuensi Pembelian Gacha (X1)

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa variabel frekuensi pembelian *gacha* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi remaja. Nilai t-hitung yang diperoleh adalah -4,359 dengan tingkat signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05. Karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka H1 diterima. Artinya, semakin sering remaja melakukan *gacha*, semakin tidak rasional perilaku konsumsinya.

Adapun koefisien regresi untuk variabel ini adalah -0,642. Tanda negatif berarti setiap kenaikan satu satuan pada frekuensi *gacha* akan menurunkan skor perilaku konsumsi rasional sebesar 0,642. Dengan kata lain, semakin sering *gacha* dilakukan, semakin besar pula kemungkinan remaja untuk berperilaku konsumtif tanpa perencanaan dan sulit mengendalikan diri.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel frekuensi pembelian *gacha* memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,73, yang menunjukkan bahwa tingkat frekuensi pembelian *gacha* responden berada pada kategori sedang.

Hasil ini mengindikasikan bahwa responden memiliki kecenderungan melakukan penarikan *gacha* secara berulang, meskipun belum dapat dikatakan sangat tinggi.

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X1.0 yaitu sebesar 3,21, yang menyatakan bahwa responden tetap menyempatkan melakukan *gacha* meskipun hanya sekali. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas *gacha* telah menjadi salah satu bentuk aktivitas yang cukup rutin bagi sebagian responden. Menurut Nabila dkk. (2025), frekuensi pembelian merupakan tingkat keterulangan konsumen dalam melakukan pembelian dalam periode tertentu. Tingginya skor pada item ini menunjukkan adanya kecenderungan pembelian berulang yang menjadi karakteristik utama dari frekuensi pembelian.

Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada item X1.3 sebesar 2,58, yaitu mengenai kecenderungan melakukan *gacha* secara teratur dari waktu ke waktu. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun responden melakukan *gacha*, tidak semua responden menjadikan aktivitas tersebut sebagai kebiasaan yang dilakukan secara konsisten dalam jangka panjang. Dengan kata lain, sebagian responden masih melakukan *gacha* hanya pada saat dan pada kondisi tertentu.

Pada item X1.4 yang berkaitan dengan kecenderungan melakukan *gacha* ketika terdapat event baru memperoleh nilai mean sebesar 2,74, sedangkan item X1.7 mengenai kecenderungan melakukan *gacha* hingga sumber daya *game* habis memperoleh nilai mean sebesar 2,73. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan *event* dalam *game* serta dorongan untuk

memperoleh *item* tertentu menjadi salah satu faktor yang mendorong responden melakukan penarikan *gacha* secara berulang.

Secara umum, hasil penelitian memperlihatkan bahwa frekuensi pembelian *gacha* responden masih berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas *gacha* belum menjadi rutinitas yang dilakukan terus-menerus, melainkan lebih sering dilakukan pada kondisi tertentu. Dengan kata lain, responden cenderung melakukan penarikan *gacha* secara berulang hanya ketika ada situasi yang mendorongnya. Akan tetapi sebagaimana yang telah dijelaskan pada penelitian terdahulu oleh Dharma (2025), pola pembelian yang dilakukan berulang kali berpotensi berkembang menjadi kebiasaan konsumsi, yang pada akhirnya dapat memengaruhi perilaku konsumtif individu secara keseluruhan.

b. Pengaruh Biaya Penggunaan Gacha (X2)

Hasil dari analisis pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y menunjukkan bahwa variabel biaya penggunaan *gacha* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi remaja. Nilai t-hitung yang diperoleh adalah -0,073 dengan tingkat signifikansi 0,942, lebih besar dari 0,05. Karena nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel, maka H_0 diterima. Artinya, besarnya biaya yang dikeluarkan untuk *gacha* tidak cukup memengaruhi perilaku konsumsi remaja secara nyata.

Koefisien regresi untuk variabel biaya adalah -0,009. Nilai ini sangat kecil dan mendekati nol, sehingga perubahan biaya baik naik maupun turun hampir tidak berdampak pada skor perilaku konsumsi setelah pengaruh

frekuensi diperhitungkan. Dengan kata lain, frekuensi *gacha* lebih menentukan dibandingkan besarnya biaya yang dikeluarkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya penggunaan *gacha* bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumsi remaja di Banjarmasin Selatan. Berdasarkan analisis deskriptif, variabel biaya penggunaan *gacha* memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,55. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pengeluaran responden untuk aktivitas *gacha* berada pada kategori sedang cenderung rendah. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa secara umum responden memang pernah mengeluarkan biaya untuk melakukan *gacha*, tetapi pengeluaran yang dilakukan belum tergolong tinggi.

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X2.5 sebesar 2,61, yaitu pernyataan mengenai kesediaan responden mengurangi uang jajan atau kebutuhan lain agar dapat melakukan *top-up* untuk *gacha*. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki kecenderungan mengalokasikan sebagian dana yang dimiliki untuk memenuhi keinginan melakukan *gacha*. Meskipun demikian, nilai rata-ratanya masih relatif rendah sehingga menunjukkan bahwa perilaku tersebut tidak dilakukan secara dominan oleh seluruh responden.

Temuan penelitian ini dapat dipahami melalui teori *microtransaction*, yang menjelaskan bahwa transaksi digital dengan nominal kecil lebih mudah diterima oleh konsumen karena tidak langsung terasa sebagai pengeluaran besar. Rahiem dan Fitrananda (2021) menjelaskan bahwa sistem *microtransaction* memungkinkan pemain melakukan pembelian secara

bertahap, sehingga pengeluaran yang terjadi sering kali tidak disadari. Kondisi ini seringkali mendorong pemain untuk menyisihkan sebagian uang mereka guna melakukan *top-up* demi mendapatkan *item* atau karakter yang diinginkan.

Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada item X2.3 sebesar 2,48, yaitu pernyataan mengenai pengeluaran lebih dari Rp300.000 dalam satu bulan hanya untuk *gacha*. Rendahnya nilai pada *item* ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak mengeluarkan biaya dalam jumlah besar untuk aktivitas *gacha*. Hasil ini dapat dipahami karena responden rata-rata merupakan remaja berusia 15–24 tahun yang umumnya masih bergantung pada uang saku atau dukungan finansial dari orang tua sehingga kemampuan pengeluarannya relatif terbatas.

Dalam penelitian ini terlihat bahwa biaya yang dikeluarkan responden untuk *gacha* masih relatif kecil, sehingga belum cukup kuat untuk memengaruhi pola konsumsi mereka secara keseluruhan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perilaku konsumsi remaja lebih dipengaruhi oleh seberapa sering mereka melakukan transaksi gacha dibandingkan dengan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk transaksi tersebut.

Meskipun secara statistik variabel biaya (X2) tidak terbukti berpengaruh signifikan, data deskriptif tetap memberikan gambaran penting. Lebih dari separuh responden (54 dari 105 orang, atau 51,4%) pernah mengeluarkan uang riil untuk *gacha*. Ini adalah temuan penting karena membuktikan bahwa remaja di Banjarmasin Selatan tidak hanya bermain

game secara gratis, tetapi benar-benar mengeluarkan uang untuk transaksi digital.

c. Hasil Penelitian Dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam

Sebagaimana yang telah diuraikan pada Bab II, konsumsi dalam Islam bukan hanya sekadar tindakan memenuhi kebutuhan, tetapi juga sarana untuk mencapai *maslahah* (kebaikan) di dunia maupun di akhirat. *Maslahah* pada umumnya didefinisikan sebagai pemeliharaan terhadap lima tujuan syariat (*maqashid syariah*): agama (*din*), jiwa (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*mal*) (Hidayatullah, 2018). Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilakukan, transaksi *gacha* terbukti berpotensi mengganggu dua dari lima tujuan utama, yaitu harta (*mal*) dan akal (*'aql*). Hal ini terjadi karena mekanisme *gacha* cenderung mendorong pola pengeluaran yang berlebihan sehingga berisiko menimbulkan masalah keuangan, serta memicu perilaku impulsif yang kurang didasarkan pada pertimbangan rasional.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi pembelian *gacha* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi remaja di Banjarmasin Selatan. Dimana semakin tinggi frekuensi pembelian *gacha*, semakin besar pulakecenderungan perubahan perilaku konsumsi responden. Temuan ini sejalan dengan konsep perilaku konsumsi dalam Islam yang menekankan pentingnya pengendalian diri (*mujahadah an-nafs*) dalam setiap aktivitas konsumsi. Seorang muslimin tidak hanya dituntut memenuhi keinginannya, tetapi juga mempertimbangkan manfaat, kemaslahatan, serta kemampuan mengendalikan hawa nafsu ketika menggunakan hartanya.

Islam juga melarang perilaku *israf*, yaitu menggunakan harta secara berlebihan melebihi kebutuhan. *Israf* dapat terjadi ketika seseorang membelanjakan hartanya secara berlebihan, menggunakan harta untuk sesuatu yang kurang bermanfaat, atau sekadar mengikuti hawa nafsu dan gaya hidup. Dalam konteks penelitian ini, frekuensi pembelian *gacha* yang semakin tinggi berpotensi mendorong munculnya perilaku tersebut apabila transaksi dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan memperoleh karakter atau *item virtual* tanpa mempertimbangkan manfaat maupun kondisi keuangan.

Selain itu, Islam juga mengajarkan prinsip *iqtishad*, yaitu bersikap sederhana dan moderat dalam membelanjakan harta. Prinsip ini menghendaki agar setiap pengeluaran dilakukan secara proporsional, tidak berlebihan, namun juga tidak kikir. Oleh karena itu, frekuensi pembelian *gacha* yang tinggi perlu disertai kemampuan mengendalikan diri agar aktivitas konsumsi tetap berada dalam batas kewajaran.

Apabila ditinjau berdasarkan prioritas kebutuhan dalam *maqashid* syariah, transaksi *gacha* dalam *game online* termasuk kedalam kebutuhan *tahsiniyyat* (pelengkap/hiburan). Oleh sebab itu, pengeluaran untuk *gacha* tidak boleh mengurangi pemenuhan kebutuhan primer (*daruriyyat*) maupun kebutuhan sekunder (*hajiyyat*). Dengan demikian, semakin tinggi frekuensi pembelian *gacha* tanpa mempertimbangkan skala prioritas kebutuhan, maka semakin besar potensi terjadinya penyimpangan terhadap prinsip konsumsi Islam.

Adapun untuk biaya *gacha* meskipun kurang memberikan pengaruh yang signifikan, besar kecilnya nominal pengeluaran bukanlah satu-satunya ukuran baik atau buruknya perilaku konsumsi seseorang. Dalam ajaran Islam, pengeluaran baru menjadi tercela apabila mengandung unsur *israf*, *tabdzir*, atau menimbulkan mudarat terhadap kondisi keuangan seseorang. Oleh karena itu, meskipun biaya penggunaan *gacha* dampaknya relatif kecil, apabila dilakukan secara berulang hingga mengganggu pemenuhan kebutuhan pokok maka perilaku tersebut tetap tidak sesuai dengan prinsip konsumsi Islam.

Jika dari sisi *muamalah*, pembelian mata uang *virtual* dalam *game online* termasuk transaksi digital yang pada dasarnya memenuhi unsur jual beli karena ada penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan, harga, serta persetujuan kedua belah pihak melalui sistem elektronik. Sesuai kaidah fikih, hukum asal muamalah adalah boleh selama tidak ada larangan khusus, sehingga transaksi ini pada dasarnya sah. Namun, ketika mata uang *virtual* digunakan untuk sistem *gacha* yang penuh ketidakpastian dalam mendapatkan *item* tertentu, muncul perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai ada atau tidaknya unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *maisir* (unsur perjudian). Karena itu, penelitian ini tidak bertujuan menetapkan hukum *gacha*, melainkan menelaah bagaimana praktik tersebut memengaruhi perilaku konsumsi remaja dengan menggunakan prinsip-prinsip ekonomi Islam.