



PENGALAMAN GENERASI Z DALAM MENGHADAPI PENGELOLAAN KEUANGAN DI TENGAH BUDAYA KONSUMERISME DIGITAL (STUDI FENOMENOLOGI SISWA SMAN 12 KOTA JAMBI)

Bintang Kesuma¹, Mayasari², Ahmad Rifki³
^{1,2,3}Universitas Jambi, Indonesia

Email: kesumabintang0@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i3.2343>

Sections Info

Article history:

Submitted: 11 April 2026

Final Revised: 23 April 2026

Accepted: 16 May 2026

Published: 20 June 2026

Keywords:

Literacy

Finance

Digital



ABSTRACT

Objective: This study aims to describe the experiences of Generation Z students in managing their personal finances amid a culture of digital consumerism, as well as to identify the barriers and efforts students make in managing their finances at State High School 12 in Jambi City. Method: This study employs a qualitative approach using the phenomenological method. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, with students serving as the primary informants. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman interactive analysis model, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Results: The results of the study indicate that students' experiences in managing their finances are still influenced by the pervasive digital consumerism culture, such as impulsive spending behavior, using money for lifestyle purposes, as well as the influence of social media and digital trends. Some students do not yet have good financial planning habits, such as tracking expenses and creating a budget. Major barriers include low financial literacy, the influence of the social environment, the ease of digital transactions, and psychological factors such as the fear of missing out (FOMO). However, some students are beginning to demonstrate positive efforts, such as saving, limiting spending, and prioritizing needs. Novelty: This study offers a phenomenological perspective on the real-life experiences of Generation Z students in financial management in the digital age.

ABSTRAK

Objektif: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengalaman siswa Generasi Z dalam menghadapi pengelolaan keuangan pribadi di tengah budaya konsumerisme digital, serta mengidentifikasi hambatan dan upaya yang dilakukan siswa dalam mengelola keuangan tersebut di SMA Negeri 12 Kota Jambi. Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan siswa sebagai informan utama. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman siswa dalam mengelola keuangan masih dipengaruhi oleh kuatnya budaya konsumerisme digital, seperti perilaku belanja impulsif, penggunaan uang untuk gaya hidup, serta pengaruh media sosial dan tren digital. Sebagian siswa belum memiliki perencanaan keuangan yang baik, seperti pencatatan pengeluaran dan penyusunan anggaran. Hambatan utama meliputi rendahnya literasi keuangan, pengaruh lingkungan sosial, kemudahan transaksi digital, serta faktor psikologis seperti fear of missing out (FOMO). Namun, beberapa siswa mulai menunjukkan upaya positif seperti menabung, membatasi pengeluaran, dan menyusun prioritas kebutuhan. Kebaruan: Penelitian ini memberikan perspektif fenomenologis mengenai pengalaman nyata siswa Generasi Z dalam pengelolaan keuangan di era digital.

Kata kunci: Literasi, Keuangan, Digital

PENDAHULUAN

Kegiatan konsumsi merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat dan telah berlangsung sejak lama. Perkembangan globalisasi meningkatkan intensitas konsumsi melalui perluasan akses terhadap berbagai produk dan jasa. Kemajuan teknologi digital mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi serta mengakses informasi produk secara cepat dan menarik. Kondisi tersebut mendorong perubahan perilaku konsumsi dari pemenuhan kebutuhan menjadi bagian dari gaya hidup dan ekspresi diri (Wahyuningtyas, 2022). Generasi Z menjadi kelompok yang paling terdampak oleh perubahan tersebut. Generasi yang lahir pada rentang tahun 1995–2011 memiliki tingkat ketergantungan tinggi terhadap internet dan teknologi digital. Aktivitas belajar, interaksi sosial, serta hiburan dilakukan melalui platform digital. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 menunjukkan bahwa Generasi Z mendominasi pengguna internet di Indonesia dengan persentase sebesar 34,4%. Data tersebut menunjukkan tingginya keterpaparan Generasi Z terhadap informasi digital, termasuk iklan dan tren konsumsi, yang memengaruhi perilaku keuangan (Fadhila Ardini et al., 2025).

Tingginya penggunaan internet memengaruhi pola konsumsi Generasi Z. Media sosial berperan sebagai ruang utama dalam membentuk preferensi konsumsi melalui tren, influencer, dan konten digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa interaksi dengan media sosial meningkatkan perilaku konsumtif dan memengaruhi pengelolaan keuangan individu (Hidayat & Putra, 2021). Fenomena psikologis seperti *fear of missing out* (FOMO) dan tren self-reward mendorong individu melakukan pembelian impulsif tanpa perencanaan (Nafilah et al., 2025). Kemudahan transaksi digital, seperti pembayaran non-tunai dan fitur pay later, memperkuat perilaku tersebut. Pengelolaan keuangan pribadi menjadi keterampilan penting bagi Generasi Z. Pengelolaan keuangan mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi penggunaan sumber daya finansial untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan masa depan (Mongan et al., 2024). Fakta di lapangan menunjukkan bahwa sebagian remaja belum memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Banyak remaja belum terbiasa menyusun anggaran dan mencatat pengeluaran. Data menunjukkan bahwa pengeluaran Generasi Z cenderung didominasi oleh kebutuhan gaya hidup dan konektivitas digital, serta terdapat kecenderungan pengeluaran melebihi pendapatan (Mongan et al., 2024).

Penelitian terdahulu mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z. Faktor tersebut meliputi kemajuan teknologi, promosi digital, kemudahan transaksi, dan pengaruh lingkungan sosial (Rumbik et al., 2024). Literasi keuangan berperan sebagai faktor penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengendalikan pengeluaran, menyusun prioritas kebutuhan, dan menghindari perilaku konsumtif berlebihan. Kajian mengenai perilaku keuangan Generasi Z telah banyak dilakukan. Sebagian besar penelitian berfokus pada mahasiswa atau populasi umum. Penelitian yang mengkaji pengalaman siswa SMA dalam menghadapi budaya konsumerisme digital masih terbatas (Elsalonika & Ida, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, terutama pada kelompok remaja yang sedang berada pada fase pembentukan kebiasaan finansial.

Fenomena tersebut terlihat pada siswa SMA Negeri 12 Kota Jambi. Hasil pengamatan awal menunjukkan bahwa sebagian siswa mengalami kesulitan dalam mengelola uang saku. Siswa belum mampu menentukan prioritas kebutuhan, memiliki kebiasaan menabung yang rendah, serta cenderung menghabiskan uang sebelum waktu yang direncanakan. Paparan

media sosial dan kemudahan layanan keuangan digital memperkuat perilaku konsumtif siswa. Kondisi tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi di kalangan siswa. Penelitian ini memiliki urgensi karena membahas pengalaman nyata Generasi Z dalam mengelola keuangan pribadi di tengah budaya konsumerisme digital. Penelitian ini menawarkan kebaruan melalui pendekatan fenomenologi yang menggali pengalaman subjektif siswa SMA. Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman mendalam mengenai dinamika perilaku keuangan remaja di era digital.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengalaman siswa Generasi Z di SMA Negeri 12 Kota Jambi dalam menghadapi pengelolaan keuangan pribadi di tengah budaya konsumerisme digital serta mengidentifikasi hambatan dan upaya yang dilakukan dalam mengelola keuangan tersebut.

METODE PENELITIAN

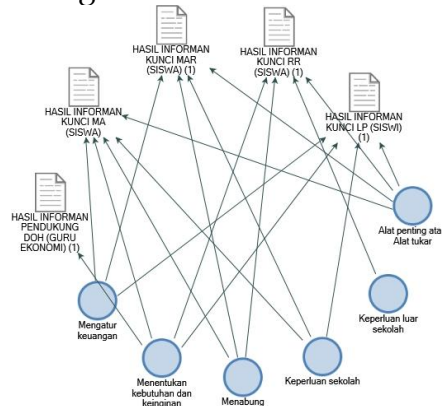
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif siswa Generasi Z dalam mengelola keuangan pribadi di tengah budaya konsumerisme digital. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami makna fenomena sosial secara mendalam berdasarkan perspektif partisipan (Moleong, 2020; Creswell, 2023). Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 12 Kota Jambi pada tahun ajaran 2025–2026. Partisipan penelitian terdiri atas siswa sebagai informan utama yang ditentukan melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria siswa aktif, termasuk dalam kategori Generasi Z, memiliki pengalaman menggunakan media sosial dan aplikasi keuangan digital, serta bersedia menjadi narasumber penelitian (Sugiyono, 2022). Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip kejenuhan data (data saturation), yaitu ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak memberikan temuan baru (Miles et al., 2014). Penelitian juga melibatkan guru wali kelas dan guru bimbingan konseling sebagai informan pendukung untuk memperkuat data melalui triangulasi sumber. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dengan menggunakan pedoman wawancara, lembar observasi, dan dokumentasi sebagai instrumen pendukung (Moleong, 2020). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam secara semi-terstruktur, observasi nonpartisipatif terhadap perilaku siswa di lingkungan sekolah, serta dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2023). Prosedur penelitian meliputi tahap persiapan, pelaksanaan, analisis data, dan pelaporan. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Miles et al., 2014). Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan mengelompokkan data sesuai tema penelitian, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif, dan penarikan kesimpulan dilakukan melalui interpretasi makna data yang diverifikasi secara berkelanjutan. Uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, member check, dan perpanjangan keikutsertaan untuk memastikan kredibilitas dan keabsahan hasil penelitian (Sugiyono, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

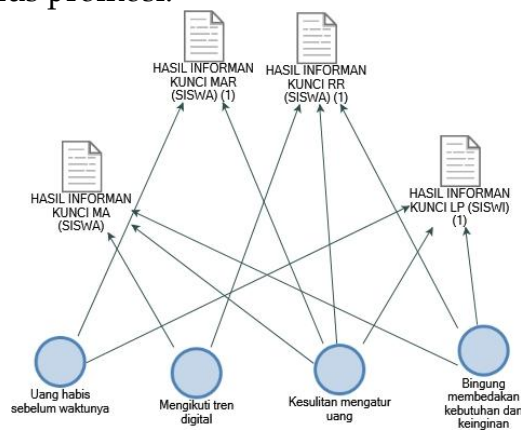
Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 12 Kota Jambi dengan melibatkan siswa sebagai representasi Generasi Z serta guru sebagai informan pendukung. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengalaman

siswa dalam mengelola keuangan pribadi dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan budaya konsumerisme. Siswa memaknai uang sebagai alat pemenuhan kebutuhan sekaligus sarana memenuhi keinginan, sehingga pengelolaan keuangan memerlukan kemampuan dalam menentukan skala prioritas. Sebagian siswa telah menerapkan strategi sederhana seperti membagi uang saku, mencatat pengeluaran, serta menyisihkan tabungan, namun sebagian lainnya masih mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran.



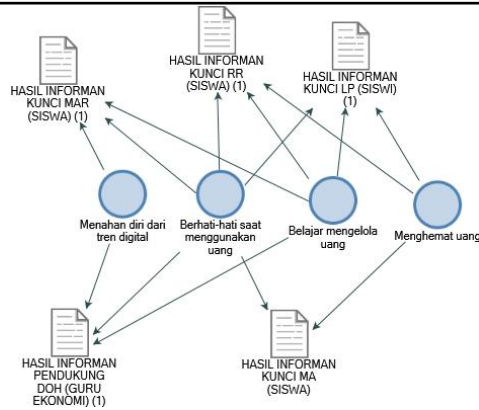
Gambar 1. Hasil Coding NVivo Pengalaman Siswa dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi

Pengaruh media sosial dan tren digital terlihat signifikan dalam membentuk perilaku konsumsi siswa. Platform digital seperti TikTok dan marketplace mendorong munculnya perilaku belanja impulsif melalui promosi, diskon, dan konten viral. Intensitas penggunaan media sosial meningkatkan keinginan membeli barang yang tidak selalu menjadi kebutuhan utama. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan pengeluaran serta menurunnya kemampuan pengendalian diri. Belanja digital dipandang memberikan kemudahan dan efisiensi, namun pada saat yang sama meningkatkan risiko pemborosan akibat kemudahan akses dan banyaknya stimulus promosi.



Gambar 2. Hambatan Siswa Generasi Z Di SMA Negeri 12 Jambi Dalam Menghadapi Pengelolaan Keuangan Di Tengah Budaya Konsumerisme Digital

Hambatan utama yang dialami siswa dalam mengelola keuangan meliputi rendahnya kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, keterbatasan pengendalian diri, pengaruh lingkungan pertemanan, serta kuatnya paparan tren digital. Sebagian siswa mengalami kondisi keuangan yang tidak stabil, seperti uang saku yang habis sebelum waktunya. Faktor psikologis seperti keinginan mengikuti tren dan dorongan konsumtif memperkuat hambatan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa tekanan budaya digital berperan besar dalam membentuk perilaku keuangan siswa.



Gambar 3. Upaya Siswa Generasi Z Di SMA Negeri 12 Jambi Dalam Menghadapi Pengelolaan Keuangan Di Tengah Budaya Konsumerisme Digital

Siswa menunjukkan berbagai upaya dalam menghadapi tantangan tersebut. Upaya yang dilakukan meliputi membatasi pembelian impulsif, menyusun prioritas kebutuhan, membagi uang saku secara terencana, serta menabung. Siswa juga mulai mengembangkan kesadaran untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan uang. Proses pembelajaran pengelolaan keuangan diperoleh dari berbagai sumber, seperti pengalaman pribadi, keluarga, media digital, serta pembelajaran di sekolah. Kemampuan menahan diri terhadap pengaruh tren digital menjadi strategi penting dalam menjaga kestabilan keuangan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman siswa Generasi Z dalam mengelola keuangan pribadi di SMA Negeri 12 Kota Jambi berada pada spektrum yang beragam, yang dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal dalam konteks budaya konsumerisme digital. Siswa menghadapi keterbatasan uang saku di satu sisi dan tekanan konsumsi dari media sosial di sisi lain, sehingga memunculkan dinamika perilaku keuangan yang kompleks. Sebagian siswa telah mampu menerapkan pengelolaan keuangan sederhana melalui pembagian anggaran, penentuan prioritas kebutuhan, serta kebiasaan menabung, sedangkan sebagian lainnya masih mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran akibat dorongan tren digital dan konsumsi impulsif. Temuan ini memiliki kesesuaian dengan teori manajemen keuangan pribadi yang menyatakan bahwa pengelolaan keuangan melibatkan proses perencanaan, penganggaran, dan pengendalian (Gitman & Zutter, 2015). Praktik sederhana yang dilakukan siswa menunjukkan bahwa konsep tersebut telah diterapkan secara praktis meskipun belum optimal.

Pengaruh media sosial terbukti menjadi faktor dominan dalam membentuk perilaku konsumsi siswa. Paparan tren, promosi, dan iklan digital mendorong siswa untuk melakukan pembelian yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan. Temuan ini sejalan dengan teori konsumerisme digital yang menjelaskan bahwa konsumsi modern tidak lagi semata-mata berorientasi pada fungsi, tetapi juga pada simbol dan identitas sosial (Baudrillard dalam Hidayat & Putra, 2021). Karakteristik Generasi Z sebagai digital natives memperkuat fenomena tersebut, karena intensitas penggunaan teknologi yang tinggi meningkatkan keterpaparan terhadap stimulus konsumsi (Mongan et al., 2024). Kondisi ini juga berkaitan dengan konsep perilaku konsumtif yang ditandai oleh pembelian impulsif dan dominasi keinginan dibandingkan kebutuhan (Mujahidah, 2021). Selain itu, fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *self-reward* turut menjelaskan kecenderungan siswa dalam mengikuti tren sebagai bentuk eksistensi diri dan penghargaan personal (Nafilah et al., 2025).

Hambatan utama yang dihadapi siswa dalam pengelolaan keuangan meliputi rendahnya kemampuan pengendalian diri, kesulitan membedakan kebutuhan dan keinginan, serta pengaruh lingkungan digital dan sosial. Hambatan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan siswa masih terbatas. OECD (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan mencakup kemampuan memahami konsep keuangan dan mengambil keputusan yang tepat. Ketidakmampuan dalam mengelola prioritas menyebabkan siswa mengalami kondisi keuangan yang tidak stabil, seperti uang saku yang habis sebelum waktunya. Temuan ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dan promosi online meningkatkan risiko perilaku konsumtif pada Generasi Z (Rumbik et al., 2024; Elsalonika & Ida, 2025). Lingkungan pertemanan juga memperkuat tekanan konsumsi melalui mekanisme sosial seperti FOMO, yang mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan kelompoknya.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya upaya adaptif yang dilakukan siswa dalam menghadapi tantangan tersebut. Siswa mulai menerapkan strategi pengelolaan keuangan seperti pencatatan pengeluaran, pembagian anggaran, serta kebiasaan menabung. Temuan ini kembali menunjukkan kesesuaian dengan teori manajemen keuangan (Gitman & Zutter, 2015). Selain itu, kemampuan self-control menjadi faktor penting dalam mengurangi perilaku konsumtif, sebagaimana dijelaskan oleh Mujahidah (2021). Siswa juga menunjukkan perilaku hemat seperti membawa bekal dan membatasi pengeluaran, yang mencerminkan perkembangan literasi keuangan (OECD, 2022). Proses pembelajaran keuangan yang dialami siswa berasal dari berbagai sumber, termasuk keluarga, pengalaman pribadi, sekolah, dan media digital. Hal ini sesuai dengan teori pembelajaran sosial yang menyatakan bahwa individu belajar melalui observasi dan pengalaman (Bandura, 1977).

Temuan penelitian ini memperkuat hasil studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa Generasi Z mulai mengembangkan kesadaran finansial melalui pengalaman dan interaksi sosial (Rumbik et al., 2024). Media digital juga memiliki peran ganda, yaitu sebagai faktor yang mendorong konsumsi sekaligus sebagai sumber edukasi keuangan (Mongan et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan siswa Generasi Z merupakan hasil dari interaksi antara literasi keuangan, pengendalian diri, serta pengaruh lingkungan digital dan sosial. Keseluruhan temuan menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan penguatan self-control menjadi kunci dalam membantu siswa menghadapi tantangan konsumerisme digital secara lebih bijak.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa pengalaman siswa Generasi Z di SMA Negeri 12 Kota Jambi dalam mengelola keuangan pribadi menunjukkan pengaruh kuat budaya konsumerisme digital terhadap pola konsumsi, karena paparan media sosial, tren gaya hidup, serta kemudahan transaksi digital mendorong perilaku belanja yang cenderung spontan dan kurang terencana sehingga pengelolaan uang saku menjadi tidak optimal, sementara siswa menghadapi hambatan berupa kesulitan membedakan kebutuhan dan keinginan, rendahnya perencanaan keuangan, serta lemahnya kontrol diri dalam menghadapi godaan digital, namun siswa juga menunjukkan upaya adaptif melalui pembagian uang saku, kebiasaan menabung, perilaku hemat, dan peningkatan sikap selektif dalam konsumsi sehingga temuan ini menekankan pentingnya literasi keuangan dan pengendalian diri sebagai faktor utama dalam menghadapi tekanan konsumsi digital, implikasi penelitian ini menunjukkan perlunya penguatan edukasi literasi keuangan melalui

peran sekolah, guru, dan orang tua dengan pendekatan kontekstual yang sesuai dengan kehidupan digital siswa serta pemanfaatan teknologi sebagai sarana edukasi, penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan lokasi yang terbatas pada satu sekolah, jumlah informan yang terbatas, dan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pengalaman subjektif sehingga generalisasi temuan masih terbatas, sedangkan penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, menambah jumlah responden, serta mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara literasi keuangan, pengendalian diri, dan perilaku konsumtif pada Generasi Z di era digital.

REFERENSI

- APJII. (2024). Laporan Survei Internet APJII 2024: Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. APJII. <https://apjii.or.id>
- Ardini, S. F., & Syahreza, D. S. (2025). Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review terhadap Impulsive Buying Generasi Z pada Produk Skintific di E-Commerce Shopee. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(2), 473–490. <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>
- Creswell, J. W. (2023). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku keuangan Generasi Z: Peran Penerapan Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Efikasi Diri. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 365–379. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.32838>
- Fadhila Ardini, S., & Syahreza, D. S. (2025). All Fields of Science J-LAS Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review terhadap Impulsive Buying Generasi Z pada Produk Skintific di E-Commerce Shopee The Influence of Affiliate Marketing and Online Customer Reviews on Generation Z's Impulsive Buying of Skintific Products on Shopee E-Commerce. *AFoSJ-LAS*, 5(2), 473–490. <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance (Fourteenth Edition)*. Pearson Education.
- Hidayat, R., & Putra, S. A. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z di era e-commerce. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(3), 120–134.
- Indonesia, B. (2021). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan. OJK-BI.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., Saldana, J., & Rohidi, T. R. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Edition)*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. <https://justlearn.com/blog/using-ai-to-improve-public-speaking-and-presentation-skills>
- Mongan, F. F. A., Mongan, C. J., Palamba, O. V. L., & Rahmadani, S. (2024). Eksplorasi Makna Pengelolaan Keuangan: Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Akuntansi Generasi Z. *Al-Buhuts*, 20(2), 180–191. <https://doi.org/10.30603/ab.v20i2.5315>
- Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application and Development*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/.26858/ijosc.v1i1.19316>
- Nafilah, J., Safitri, D., & Sujarwo, S. (2025). Fenomena Self-Reward dalam Budaya Konsumerisme Digital: Studi Literatur tentang Tren Gen Z di Media Sosial. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(3), 2934–2939.

- OECD. (2022). PISA 2022 Results (Volume I): The State of Learning Worldwide. OECD Publishing.
- OJK. (2022). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- Rumbik, F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v12n2.p163-171>
- Statistik, B. P. (2022). Statistik Generasi Z Indonesia. BPS.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuningtyas, D. P. (2022). Gaya Hidup Konsumerisme di Kalangan Pelajar SMA Negeri 2 Pematang

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA