

PERAN LITERASI DIGITAL DALAM MEMODERASI PENGARUH *DOOM SPENDING, DOOM SCROLLING* DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN GENERASI Z DI KOTA KUPANG

Retno Hernawati^{1*}, Alfridus Mau Manek², Tirtania Sasea³

Departemen Pendidikan Ekonomi, Universitas Nusa Cendana^{1,2,3}

^{*}retnohernawati@staf.undana.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze (1) the influence of Doom Spending, Doom Scrolling, and Fear of Missing Out on the financial management behavior of Generation Z in Kupang City and (2) the role of digital literacy in moderating the relationship between Doom Spending, Doom Scrolling, and Fear Of Missing Out with the financial management behavior of this generation. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 398 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA). The results of the study show that Doom Spending, Doom Scrolling, and Fear Of Missing Out have an influence on the financial management behavior of Generation Z in Kupang City. In addition, digital literacy has been shown to moderate the relationship between Doom Scrolling and Fear Of Missing Out and financial management behavior, but it does not act as a moderator in the relationship between Doom Spending and financial management behavior of Generation Z

Keywords : *Doom Spending, Doom Scrolling, Fear of Missing Out (FOMO), Digital Literacy, Financial Management, Generation Z.*

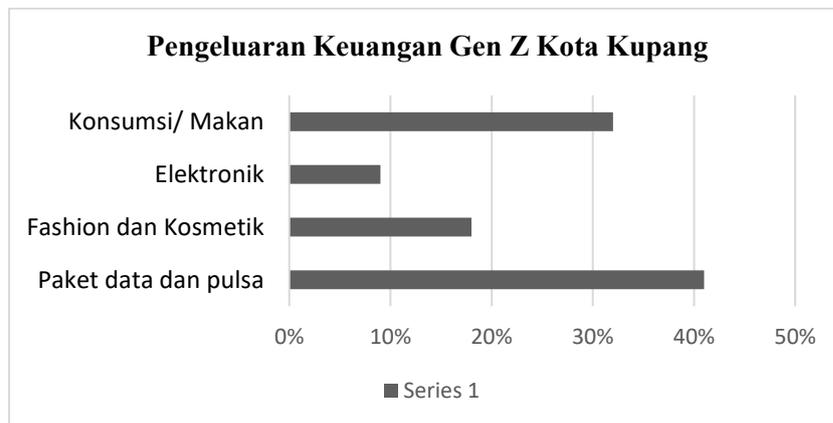
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh Doom Spending, Doom Scrolling, dan Fear of Missing Out terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Kupang serta (2) peran literasi digital dalam memoderasi hubungan antara Doom Spending, Doom Scrolling, dan Fear Of Missing Out dengan perilaku pengelolaan keuangan generasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 398 orang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda serta Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Doom Spending, Doom Scrolling, dan Fear Of Missing Out memiliki pengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Kupang. Selain itu, literasi digital terbukti mampu memoderasi hubungan antara Doom Scrolling dan Fear Of Missing Out dengan perilaku pengelolaan keuangan, namun tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara Doom Spending dan perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z

Kata Kunci : *Doom Spending, Doom Scrolling, Fear of Missing Out (FOMO), Literasi Digital, Pengelolaan Keuangan, Generasi Z.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat, terutama pada generasi muda. Di Indonesia, Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 saat ini mendominasi komposisi penduduk, dengan jumlah mencapai 74,94 juta jiwa atau sekitar 27,94% dari total populasi (BPS, 2023). Generasi ini dikenal sebagai *digital native*, yang tumbuh dan berkembang dalam ekosistem teknologi informasi dan media sosial. Karakteristik generasi Z yang mahir teknologi, multitasking, dan ekspresif memberikan pengaruh yang besar terhadap cara mereka mengakses informasi, membentuk gaya hidup, serta mengambil keputusan, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan (Laturette et al., 2021). Hasil survei Katadata Insight Center (2021) mengungkapkan bahwa sebagian besar pengeluaran generasi Z dialokasikan untuk kebutuhan komunikasi dan teknologi, seperti pulsa, paket data, dan langganan digital, yang mencapai 72,9% dari pendapatan mereka. Hal ini menunjukkan adanya pola konsumsi yang sangat dipengaruhi oleh gaya hidup digital. Hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap kecenderungan generasi Z di Kota Kupang dalam membelanjakan uangnya didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Survey Pengeluaran Keuangan Gen Z di Kota Kupang

Sumber : Data Diolah (2025)

Berdasarkan hasil survei, diketahui bahwa Generasi Z di Kota Kupang mengalokasikan pendapatan mereka untuk konsumsi makanan (32%), fashion dan kosmetik (18%), serta elektronik (9%). Observasi menunjukkan bahwa sekitar 41% pendapatan digunakan untuk kebutuhan perangkat elektronik, khususnya pembelian paket data dan pulsa. Wawancara mengungkapkan bahwa tingginya pengeluaran untuk akses internet dipengaruhi oleh gaya hidup digital yang menuntut konektivitas terus-menerus, terutama melalui media sosial dan platform *e-commerce*. Pengeluaran terbesar kedua adalah untuk makanan dan minuman, diikuti oleh kebutuhan fashion dan kosmetik. Adapun alokasi terendah terdapat pada pembelian barang elektronik, karena harganya yang relatif tinggi sehingga tidak dibeli secara rutin. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan pola konsumsi serupa di kalangan Generasi. Penelitian Yuventa et al., (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa di Nusa Tenggara Timur memiliki kecenderungan berbelanja kebutuhan paket data, membeli barang dengan kemasan menarik, aspek membeli barang karena potongan harga, aspek membeli barang karena pengaruh model iklan, aspek membeli barang untuk menambah harga diri, serta membeli barang karena berbeda merk.

Pergeseran orientasi dalam pola pengeluaran keuangan tersebut menimbulkan kekhawatiran terhadap kemampuan Generasi Z dalam mengelola keuangan secara efektif dan berkelanjutan. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih berfokus pada tujuan jangka panjang seperti investasi dan kepemilikan aset, Generasi Z cenderung memiliki perilaku konsumtif dan lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek atau instan (Erwin et al., 2023). Perilaku ini dapat menghambat kestabilan finansial apabila tidak diimbangi dengan kemampuan mengelola pengaruh dari lingkungan digital secara kritis dan bijak. Perilaku pengelolaan keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengatur serta mengelola keuangan mulai dari perencanaan hingga pertanggungjawaban pada setiap pendapatan yang mereka terima (Dyah Cahyasari, 2024). Pengelolaan keuangan yang baik akan mencegah generasi Z dari perilaku konsumerisme ditengah kemudahan penggunaan teknologi (Susanti et al., 2024). Hasil survey SLINK tahun 2024 menunjukkan data bahwa Generasi Z memiliki presentasi pengelolaan keuangan sebesar 47,88% dan generasi milenial sebesar 52,12%. Berdasarkan hasil tersebut perilaku pengelolaan keuangan generasi Z lebih rendah daripada pengelolaan keuangan pada generasi Y (OJK, 2024). Kemajuan teknologi telah melahirkan fenomena perilaku konsumtif baru, seperti *Doom Spending* dan *Doom Scrolling*. Selain itu, *Fear of Missing out* juga mendorong Generasi Z untuk terus mengikuti tren dan gaya hidup digital, meskipun hal tersebut sering kali berdampak pada pengambilan keputusan finansial yang kurang bijak (Hidayah & Irmani, 2023).

Doom Spending merupakan perilaku belanja impulsif yang dilakukan sebagai respons terhadap kecemasan, stres, dan ketakutan akan masa depan. Generasi Z, yang tumbuh di era digital dengan akses mudah ke *platform e-commerce*, rentan terjebak dalam fenomena ini. Perilaku tersebut umumnya dipicu oleh tekanan emosional, sosial, dan keinginan untuk memenuhi standar hidup yang ditampilkan di media sosial (Arum, 2025). Perilaku *Doom Spending* ini seringkali tidak di dasari oleh kebutuhan namun dorongan emosional yang berdampak buruk pada keadaan keuangan (Irdiana et al., 2024). Fenomena *Doom Spending* saat ini tercermin dari perilaku konsumtif seperti pembelian barang mengikuti tren dengan dalih *self-reward* serta pembelian tiket konser berharga tinggi. Internet berperan signifikan dalam mendorong fenomena ini, karena kemudahan akses terhadap *e-commerce* memengaruhi pola konsumsi dan mendorong perilaku *impulsive buying* (Lia & Natswa, 2021). Orang yang terjebak dalam perilaku *Doom Spending* akan memiliki pengelolaan keuangan yang lebih buruk (Anggraheni, 2025).

Salah satu fenomena yang perlu diperhatikan pada Generasi Z adalah *Fear of Missing Out*. *Fear Of Missing Out* diartikan rasa takut kehilangan pengalaman atau peristiwa yang menyenangkan. *Fear Of Missing Out* adalah sindrom yang dihadapi oleh generasi muda yang selalu merasa khawatir akan kehilangan sesuatu yang berharga, meskipun mereka tidak sepenuhnya memahami apa yang sedang terjadi atau apa yang ingin mereka capai (Przybylski et al., 2013). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bekmen (2022) menunjukkan bahwa *Fear Of Missing Out* mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan seseorang. Perasaan *Fear Of Missing Out* bisa menggerakkan individu untuk mengambil keputusan belanja tanpa mempertimbangkan secara matang, yang sering mengarah pada *impulsive buying* (Syandana & Dhania, 2024). *Fear Of Missing Out* berpengaruh besar terhadap kesehatan keuangan generasi Z yang merugikan, termasuk penggunaan utang untuk mengikuti tren terkini, yang pada akhirnya dapat mengarah pada masalah keuangan yang serius (Yulianto et al., 2024).

Di era digital, kemudahan akses informasi turut memunculkan tantangan seperti *Doom Scrolling*, yaitu kebiasaan mengakses konten negatif secara terus-menerus,

terutama melalui media sosial dan situs berita. Kebiasaan ini berdampak pada kesehatan mental dan memengaruhi pengelolaan keuangan individu. Paparan berulang terhadap isu-isu ekonomi, seperti inflasi, pelemahan nilai tukar, krisis global, dan PHK, dapat menimbulkan kecemasan finansial. Dalam banyak kasus, stres akibat *Doom Scrolling* memicu perilaku kompensatif berupa belanja impulsif sebagai pelarian emosional, yang justru memperburuk kondisi keuangan melalui pengeluaran berlebihan dan potensi timbulnya utang.

Literasi digital mencakup kemampuan seseorang untuk mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi dari media digital secara kritis dan bijak. Individu dengan tingkat literasi digital yang tinggi cenderung lebih mampu mengenali informasi yang menyesatkan, memahami risiko dari perilaku digital yang tidak sehat, dan lebih sadar dalam membuat keputusan finansial (Naufal, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisa & Purnamasari (2024) menunjukkan hasil bahwa *Fear Of Missing Out* tidak mempengaruhi pengelolaan keuangan generasi Z. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2024) menunjukkan bahwa *Fear Of Missing Out* mempengaruhi pengelolaan keuangan generasi Z. Hasil penelitian Arum (2025) menunjukkan bahwa perilaku *Doom Spending* berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z. Meskipun topik pengelolaan keuangan telah menjadi fokus dalam berbagai penelitian sebelumnya, hasil yang diperoleh masih menunjukkan ketidakkonsistenan, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut untuk memperkuat temuan-temuan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Doom Spending*, *Doom Scrolling*, dan *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Kupang, serta menelaah peran literasi digital sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku keuangan digital dan menjadi acuan bagi pihak terkait dalam meningkatkan literasi digital dan keuangan di kalangan generasi muda.

2. LANDASAN TEORI

Landasan Teori

Behavioural Finance Theory

Behaviour financial berupaya mengungkap dan memperdalam pemahaman tentang pola-pola di balik alasan seseorang dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk peran emosi dan intensitasnya dalam memengaruhi proses tersebut. Lebih jauh lagi, bidang ini mengeksplorasi apa yang terjadi, mengapa hal itu terjadi, dan bagaimana keputusan keuangan terbentuk dari perspektif manusia. (Ricciardi & Simon, 2008). *Behaviour financial* studi tentang psikologi seseorang dan perannya dalam pengambilan keputusan keuangan (Kapoor & Prosad, 2017). Teori *behavioural finance* menjelaskan bahwa cara seseorang mengelola keuangannya sangat dipengaruhi oleh faktor emosional. Dalam penelitian ini, aspek emosional tersebut tercermin melalui variabel *Fear of Missing Out*, *Doom Scrolling*, dan *Doom Spending*. Sementara itu, literasi digital berperan sebagai alat pengendali yang dapat membantu individu dalam mengatur perilaku keuangan mereka secara lebih bijak.

Doom Spending

Doom Spending merujuk pada kecenderungan untuk mengeluarkan uang demi mencari kenyamanan emosional saat mengalami stres atau kecemasan. Perilaku ini umumnya terlihat melalui kebiasaan berbelanja secara impulsif tanpa adanya perencanaan keuangan yang jelas. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur perilaku *Doom Spending* meliputi: melakukan pembelian secara tiba-tiba, membeli barang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan, berbelanja tanpa memperhitungkan anggaran, membeli untuk meredakan tekanan emosional, membeli demi pengalaman tertentu, menggunakan kredit atau utang saat berbelanja, serta munculnya rasa bersalah setelah melakukan pembelian.

Fear Of Missing Out (FOMO)

Fear Of Missing Out diartikan sebagai memotivasi orang untuk terus menjaga koneksi media sosial dan selalu mengetahui apa yang dilakukan orang lain (Savitri, 2019). Perasaan *Fear Of Missing Out* bisa menggerakkan individu untuk mengambil keputusan belanja tanpa mempertimbangkan secara matang, yang sering mengarah pada *impulsive buying* (Syandana & Dhania, 2024). *Fear Of Missing Out* dapat diukur melalui indikator *self* dan *relatedness*. *Relatedness* (rasa kedekatan atau keinginan untuk menjalin hubungan sosial) merujuk pada kebutuhan individu untuk merasa memiliki keterikatan, kebersamaan, serta keterlibatan dalam interaksi dengan orang lain, yang merupakan salah satu dorongan fundamental dalam diri manusia. *Self* berkaitan dengan *competence* dan *autonomy*, di mana *competence* merupakan dorongan individu untuk merasa mampu, mengembangkan kemampuan, dan menghadapi tantangan secara efektif dan efisien. *Autonomy* merujuk pada pengalaman individu yang merasa memiliki kebebasan, dukungan, dan motivasi dalam memilih, menjalankan, serta mengakhiri suatu tindakan atau perilaku (Przybylski et al., 2013).

Doom Scrolling

Doom Scrolling adalah tindakan menghabiskan waktu berlebihan untuk membaca berita dan konten negatif secara daring, khususnya di media sosial (Gerges, 2023). *Doom Scrolling* bukan hanya berdampak pada kesehatan mental, tetapi juga berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan seseorang. Paparan konten-konten yang menimbulkan kecemasan, ketakutan, atau ketidakpastian dapat memicu respons emosional yang pada akhirnya memengaruhi cara individu dalam mengambil keputusan finansial. Menurut penelitian Satıcı et al., (2023) indikator dari *Doom Scrolling* adalah *scroll* terus tanpa sadar waktu, mencari berita secara aktif, *mood* turun setelah *scrolling*, kesulitan berhenti, mengabaikan aktivitas lain, pola tidur terganggu.

Literasi Digital

Literasi digital bukan sekadar kemampuan mengoperasikan perangkat atau menekan tombol, melainkan lebih menekankan pada penguasaan konsep dan cara berpikir kritis saat berinteraksi dengan media digital. Literasi digital juga berhubungan dengan kemampuan berpikir kritis dalam mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui media digital, dibandingkan keterampilan teknis semata. Literasi digital mencakup kemampuan untuk belajar bagaimana menyusun pengetahuan secara sistematis, serta menyaring dan membangun informasi yang kredibel dari berbagai sumber yang berbeda. Selain itu, keterampilan dalam menggunakan teknologi dan informasi melalui perangkat

digital dapat mendukung keputusan yang lebih efisien dan efektif dalam berbagai aspek kehidupan, seperti dalam bidang akademik, pekerjaan, keuangan, maupun aktivitas sehari-hari (Naufal, 2021). Pengukur literasi digital teknologi keuangan menggunakan indikator kemudahan, kecepatan alat *fintech*, inovasi dan keamanan (Sulistianingsih, Maivalinda & Riski, 2021)

Perilaku Pengelolaan Keuangan

Perilaku pengelolaan keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan, menganggarkan, merencanakan, mengelola, mencari dan menyimpan dana keuangan sehari-hari (Pamella, 2022). Perilaku dalam mengelola keuangan erat kaitannya dengan sejauh mana seseorang mampu mengelola dana secara efektif. Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan mencerminkan tanggung jawab individu dalam mengatur keuangannya dengan mempertimbangkan fungsi-fungsi utama manajemen keuangan, seperti perencanaan, perolehan, pengalokasian, serta pemanfaatan sumber daya keuangan secara optimal. (Siswanti & Halida, 2020). Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur perilaku pengelolaan keuangan adalah *Consumption, Cash-flow management, Saving and investment, Credit management* (Dew & Xiao, 2011).

Pengembangan Hipotesis

Hubungan Antara *Doom Spending* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

Hasil penelitian Anggraheni (2025) Perilaku *Doom Spending* memiliki dampak langsung terhadap pola seseorang dalam mengambil keputusan keuangan. Individu yang terjerat dalam perilaku ini cenderung melakukan pembelanjaan impulsif sebagai bentuk pelarian dari rasa takut atau kecemasan, meskipun mereka sadar bahwa tindakan tersebut tidak sejalan dengan prinsip keuangan yang bijak. Kebiasaan ini berisiko menimbulkan siklus negatif yang mengganggu upaya membangun pengelolaan keuangan yang sehat dan berkelanjutan (Muawiyah & Jurana, 2025). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berperilaku *Doom Spending* akan memiliki pengelolaan keuangan yang buruk. Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik hipotesis pertama yaitu *Doom Spending* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada generasi Z.

Hubungan Antara *Fear Of Missing Out* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

Perasaan *Fear Of Missing Out* bisa menggerakkan individu untuk mengambil keputusan keuangan tanpa mempertimbangkan secara matang, yang sering mengarah pada kesalahan pengelolaan keuangan (Syandana & Dhania, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Çelik et al., (2019) menyatakan bahwa seseorang dapat melakukan kesalahan dalam pengelolaan keuangan salah satunya disebabkan oleh perasaan *Fear Of Missing Out*. Pendapat tersebut didukung oleh hasil penelitian Widianari & Dewi (2024) yang menyatakan bahwa perasaan *Fear Of Missing Out* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin seseorang memiliki sifat *Fear Of Missing Out* maka pengelolaan keuangannya cenderung semakin buruk. Dari pemaparan diatas dapat ditarik hipotesis perasaan *Fear Of Missing Out* berpengaruh negatif terhadap perilaku keuangan.

Hubungan Antara *Doom Scrolling* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

Doom Scrolling adalah kebiasaan mengakses informasi negatif secara berlebihan di media sosial yang dapat memicu stres, kecemasan, dan kelelahan mental. Kondisi psikologis ini sering kali mendorong individu, khususnya generasi Z, untuk melakukan pembelian impulsif sebagai bentuk pelarian emosional (*emotional spending*). Selain itu, media sosial juga menampilkan gaya hidup konsumtif yang diperkuat oleh pengaruh influencer, sehingga individu terdorong mengikuti tren demi validasi sosial, meski harus mengorbankan kondisi keuangan pribadi. Akibatnya, perilaku pengelolaan keuangan menjadi terganggu misalnya dalam bentuk pengeluaran tidak terencana, kurangnya tabungan, dan potensi utang. Dengan demikian, terdapat hubungan yang erat antara *Doom Scrolling* dan perilaku pengelolaan keuangan. Semakin tinggi intensitas *Doom Scrolling*, semakin besar kemungkinan seseorang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangannya secara bijak (Satici et al., 2023).

Peran Literasi Digital Memoderasi Pengaruh Hubungan Antara *Doom Spending*, *Fear Of Missing Out*, *Doom Scrolling* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

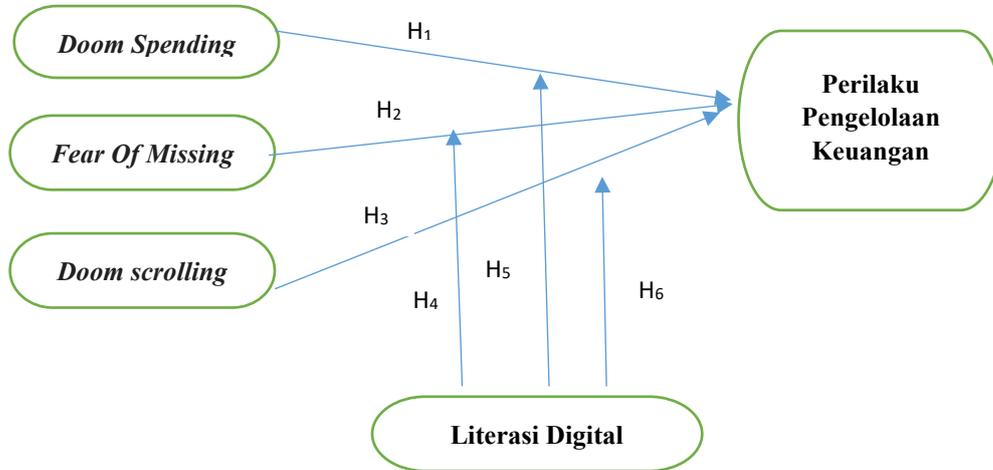
Doom Spending merujuk pada perilaku konsumtif impulsif yang muncul sebagai reaksi terhadap kecemasan atau stres, seringkali akibat ketidakpastian ekonomi atau pengaruh media sosial. *Fear Of Missing Out* menggambarkan rasa takut akan ketinggalan tren yang sedang viral, yang seringkali memaksa individu untuk mengikuti gaya hidup konsumtif yang ditampilkan di media sosial, meskipun hal tersebut dapat mengganggu stabilitas keuangan mereka. Sementara itu, *Doom Scrolling* tentang konten negatif secara berlebihan, menambah tekanan emosional dan kecemasan, yang akhirnya mendorong individu untuk melakukan pengeluaran yang tidak terencana atau berlebihan. Ketiga fenomena ini secara langsung berpotensi mengganggu pengelolaan keuangan, mengarah pada pengeluaran yang tidak bijak, berkurangnya kemampuan menabung, dan bahkan peningkatan risiko utang. Individu yang terpapar secara berkelanjutan pada konten negatif atau tren konsumtif di media sosial cenderung mengabaikan perencanaan keuangan dan membuat keputusan yang lebih impulsif, tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang.

Namun, literasi digital dapat memainkan peran penting dalam memoderasi pengaruh buruk dari ketiga fenomena ini. Literasi digital, yang mencakup kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara bijak di dunia maya, memungkinkan individu untuk lebih selektif dalam mengonsumsi konten dan lebih sadar akan dampaknya terhadap kesehatan mental dan kondisi finansial mereka. Individu yang memiliki literasi digital yang baik lebih mampu menyaring konten negatif atau menyesatkan, serta mengenali pola konsumsi yang tidak sehat yang dapat dipicu oleh *Fear Of Missing Out* atau *Doom Scrolling*. Lebih jauh lagi, literasi digital membantu individu untuk mengelola informasi dengan lebih efektif, mengurangi dampak kecemasan yang ditimbulkan oleh *Doom Scrolling*, dan menghindari keputusan keuangan yang didorong oleh tekanan sosial dari media sosial. Dengan pemahaman yang baik tentang dampak digitalisasi terhadap kesehatan mental dan pengelolaan keuangan, seseorang dapat lebih bijak dalam menghadapi tren konsumtif dan lebih fokus pada tujuan finansial yang lebih sehat.

Secara keseluruhan, literasi digital bertindak sebagai faktor pemoderasi yang mengurangi dampak negatif dari perilaku *Doom Spending*, *Fear Of Missing Out*, dan *Doom Scrolling* terhadap pengelolaan keuangan. Individu yang terampil dalam literasi

digital cenderung lebih rasional dalam mengatur keuangan pribadi mereka, meskipun terpapar pada berbagai tekanan digital yang dapat memengaruhi keputusan mereka.

3. MODEL PENELITIAN



Gambar 2. Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian diatas dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H₁ : *Doom Spending* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan.
- H₂ : *Fear Of Missing Out* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan.
- H₃ : *Doom Scrolling* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan.
- H₄ : Literasi Digital memperkuat hubungan antara *Doom Spending* terhadap perilaku pengelolaan keuangan
- H₅ : Literasi Digital memperkuat hubungan antara *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku pengelolaan keuangan
- H₆ : Literasi Digital memperkuat hubungan antara *Doom Scrolling* terhadap perilaku pengelolaan keuangan

4. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah generasi Z dikota Kupang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria penduduk yang lahir pada tahun 1997 – 2012 atau berumur 13 sampai 28 tahun. Menurut data Badan Pusat Statistika Kota Kupang penduduk dengan usia rentan 13 sampai 28 tahun berjumlah 131.946 jiwa. Penentuan sampel diambil menggunakan rumus slovin dengan signifikansi kesalahan 5% sehingga mendapatkan sampel berjumlah 398 penduduk. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Analisis instrumen dilakukan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat dan konsisten. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji H₁, H₂, H₃ dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji H₄, H₅, H₆. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 27. Penelitian ini menggunakan 5 variabel yaitu Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y), *Doom Spending* (X₁), *Fear Of Missing Out* (X₂), *Doom Scrolling* (X₃), Literasi Digital (Z). Berikut definisi dari setiap variabel tersebut:

Tabel 1 : Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Perilaku Pengelolaan Keuangan	Perilaku pengelolaan keuangan adalah cara individu merencanakan, mengelola dan menggunakan sumber daya keuangannya (Sugiharti & Maula, 2019)	<i>Consumption, Cash-flow management, Saving and investment, Credit management</i>	Skala Likert
Doom Spending	<i>Doom Spending</i> adalah kecenderungan individu atau kelompok untuk terus menghabiskan uang meskipun situasi keuangan mereka sedang memburuk atau tidak stabil (Talwar et al., 2021)	Kehilangan kontrol atas pengeluaran sehari-hari, Belanja tanpa berpikir panjang, Belanja untuk membeli barang-barang yang tidak berguna, Belanja untuk mengatasi stres, kecemasan, atau ketakutan akan masa depan	Skala Likert
Doom Scrolling	<i>Doom Scrolling</i> adalah tindakan menghabiskan waktu berlebihan untuk membaca berita dan konten negatif secara daring, khususnya di media sosial (Gerges, 2023)	<i>Scroll</i> terus tanpa sadar waktu, mencari berita secara aktif, <i>mood</i> turun setelah <i>scrolling</i> , kesulitan berhenti, mengabaikan aktivitas lain, pola tidur terganggu	Skala Likert
Fear Of Missing Out	<i>Fear Of Missing Out</i> adalah rasa takut kehilangan pengalaman atau peristiwa yang menyenangkan. <i>Fear Of Missing Out</i> adalah sindrom yang dihadapi oleh generasi muda, yang terus-menerus merasa khawatir akan kehilangan sesuatu yang berharga, meskipun mereka tidak sepenuhnya memahami apa yang sedang terjadi atau apa yang ingin mereka capai (Przybylski et al., 2013)	<i>Self</i> dan <i>relatedness</i>	Skala Likert
Literasi Digital	Literasi digital mencakup kemampuan untuk belajar bagaimana menyusun pengetahuan secara sistematis, serta menyaring dan membangun informasi yang kredibel dari berbagai sumber yang berbeda (Naufal, 2021)	Kemudahan, kecepatan alat <i>fintech</i> , inovasi dan keamanan	Skala Likert

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

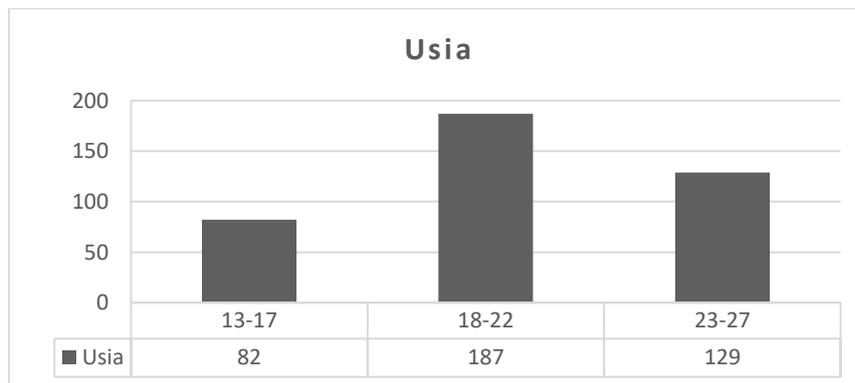
Responden dalam penelitian ini adalah generasi Z di Kota Kupang. Terdapat sebanyak 398 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini yang selanjutnya dapat diperinci berdasarkan jenis kelamin dan usia. Berikut merupakan deskripsi responden dalam penelitian ini.



Gambar 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan gambar 3 diatas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 292 orang berjenis kelamin perempuan dan 106 orang berjenis laki-laki.



Gambar 4. Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berusia 13 tahun sampai 17 tahun berjumlah 82 orang, responden berusia 18 – 22 tahun berjumlah 187 orang dan responden usia 23 – 27 tahun berjumlah 129 orang.

Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda digunakan untuk menguji hipotesis satu dan hipotesis dua. Pengaruh *Doom Spending*, *Doom Scrolling* dan *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku pengelolaan keuangan dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 2 : Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	33,447	1,477		22,645	0,000
	DoomSpending	-0,112	0,019	-0,288	-5,931	0,000
	FOMO	-0,044	0,017	-0,133	-2,600	0,000
	Doom Scrolling	-0,046	0,014	-0,172	-3,376	0,001

a. Dependent Variable: PerilakuKeuangan

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Hasil regresi berganda menunjukkan korelasi secara simultan antara variabel. Berikut diperoleh persamaan regresi berganda:

$$Y = 33.447 - 0,112X^1 - 0,44X^2 - 0,46X^3$$

Tabel di atas menunjukkan kontribusi variabel *Doom Spending*, *Doom Scrolling* dan *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku pengelolaan keuangan yaitu sebesar 0,607 atau 60,7%.

Hipotesis 1

Hipotesis pertama menyatakan bahwa *Doom Spending* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi z di kota Kupang. Hipotesis ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *Doom Spending* adalah 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung $>$ t tabel ($5,931 > 1,649$). Nilai konstanta 33,447 dan nilai koefisien regresi variabel *Doom Spending* -0,112. Nilai negatif menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *Doom Spending* dan perilaku pengelolaan keuangan bersifat negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis *Doom Spending* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan diterima.

Hipotesis 2

Hipotesis kedua menyatakan bahwa *Fear Of Missing Out* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi z di kota Kupang. Hipotesis ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *Fear Of Missing Out* adalah 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,600 > 1,649$). Nilai konstanta 33,447 dan nilai koefisien regresi variabel *Fear Of Missing Out* -0,44. Nilai negatif menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *Fear Of Missing Out* dan perilaku pengelolaan keuangan bersifat negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis *Fear Of Missing Out* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan diterima.

Hipotesis 3

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *Doom Scrolling* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi z di kota Kupang. Hipotesis ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *Doom Scrolling* adalah 0,001 ($0,001 < 0,05$) dan nilai t hitung $>$ t tabel ($3,376 > 1,649$). Nilai konstanta 33,447 dan nilai koefisien regresi variabel *Fear Of Missing Out* -0,46. Nilai negatif menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *Doom Scrolling* dan perilaku pengelolaan keuangan bersifat negatif. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa hipotesis *Doom Scrolling* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan diterima.

Moderated Reggression Analysis (MRA)

Moderated Reggression Analysis (MRA) dalam penelitian ini digunakan untuk menguji H_4 , H_5 dan H_6 . Variabel literasi digital mampu memoderasi pengaruh *Doom Spending*, *Doom Scrolling* dan *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku pengelolaan keuangan dapat dibuktikan dengan hasil uji *Moderated Reggression Analysis* (MRA).

Tabel 3 : Hasil Uji MRA
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	19,213	0,207		92,723	0,000
	DoomSpending	-0,001	0,003	-0,003	-0,518	0,001
	FOMO	-0,134	0,009	-0,556	-15,004	0,000
	Doom Scrolling	-0,179	0,008	-0,495	-22,847	0,000
	x1	0,056	0,000	0,008	1,371	0,171
	x2	0,007	0,000	0,701	15,100	0,000
	x3	0,009	0,000	0,811	23,159	0,000

a. Dependent Variable: perilaku keuangan

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Hipotesis 4

Hasil pengujian MRA menunjukkan bahwa interaksi antara *Doom Spending* dengan variabel literasi digital mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,171 ($0,171 > 0,05$) dan t hitung $< t$ tabel ($1,371 < 1,649$) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel literasi digital memperkuat hubungan *Doom Spending* terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z di Kota Kupang **ditolak**.

Hipotesis 5

Berdasarkan hasil pengujian MRA diatas, dapat diketahui bahwa interaksi antara *Fear Of Missing Out* dengan variabel literasi digital mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan t hitung $> t$ tabel ($15,100 > 1,649$) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel literasi digital memperkuat hubungan *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z di Kota Kupang **diterima**.

Hipotesis 6

Berdasarkan hasil pengujian MRA diatas, dapat diketahui bahwa interaksi antara *Doom Scrolling* dengan variabel literasi digital mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan t hitung $> t$ tabel ($23,159 > 1,649$) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel literasi digital memperkuat hubungan *Doom Scrolling* terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z di Kota Kupang **diterima**.

Pembahasan

Fenomena *Doom Spending* kini semakin relevan di kalangan generasi Z, terutama di tengah perkembangan ekonomi digital. Istilah ini menggambarkan kecenderungan berbelanja secara impulsif sebagai bentuk pelarian dari stres, kecemasan, atau emosi negatif lainnya. Kehadiran *platform marketplace*, media sosial, serta pengaruh dari para influencer turut memperkuat pola konsumsi ini, mendorong generasi Z untuk terus mengikuti tren, yang pada akhirnya dapat berdampak buruk pada kestabilan keuangan mereka (Sulistyaningrum et al., 2025). Menurut Muawiyah & Jurana (2025) menyatakan bahwa *Doom Spending* terbukti membawa dampak negatif yang cukup serius terhadap cara seseorang mengelola keuangannya. Dampak tersebut meliputi perilaku konsumtif yang berlebihan, ketidakseimbangan anggaran, tekanan finansial, menurunnya kemampuan menabung, hingga kesulitan menghadapi situasi darurat saat kondisi keuangan sedang tidak stabil. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Doom Spending* berpengaruh buruk terhadap pengelolaan keuangan generasi Z di Kota Kupang. Hubungan antara kebiasaan ini dan perilaku finansial sangat erat, karena kecenderungan untuk berbelanja sebagai pelampiasan emosi dapat mengganggu pengambilan keputusan keuangan yang bijak. Akibatnya, individu cenderung membuat keputusan yang merugikan dalam hal pengeluaran dan menabung, serta lebih rentan terhadap jeratan utang. Dalam jangka panjang, pola konsumsi seperti ini dapat menjadi penghambat utama dalam mencapai kestabilan finansial dan meraih tujuan keuangan yang diinginkan.

Fear of Missing Out merupakan kondisi psikologis di mana seseorang merasa khawatir akan tertinggal dari informasi atau tren terkini yang muncul di media sosial. Rasa cemas ini muncul karena individu merasa kurang terlibat atau tidak mengikuti perkembangan yang sedang populer. Akibatnya, mereka yang mengalami *Fear Of Missing Out* sering terdorong untuk mengikuti tren dengan berbagai cara, bahkan jika hal tersebut menuntut pengeluaran besar atau keputusan keuangan yang dipengaruhi oleh tekanan sosial, semata-mata agar tidak merasa tertinggal (Hatimatunnisani et al., 2024). Hasil penelitian Widiantari & Dewi (2024) menunjukkan bahwa *Fear Of Missing Out* memiliki dampak negatif yang cukup besar terhadap pengelolaan keuangan individu. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dalam studi ini, yang menunjukkan bahwa *Fear Of Missing Out* berkontribusi terhadap buruknya perilaku dalam mengatur keuangan. Fenomena ini dapat memengaruhi cara seseorang membuat keputusan finansial, terutama ketika tren gaya hidup di media sosial mendorong persepsi bahwa barang-barang lama harus segera diganti demi mengikuti arus kekinian. Akibatnya, individu yang mengalami *Fear Of Missing Out* sering kali mengabaikan prinsip pengelolaan keuangan yang sehat dan lebih memilih untuk memenuhi keinginan konsumtif demi eksistensi sosial, meskipun hal tersebut merugikan kondisi keuangan pribadi mereka. (Haikal et al., 2024).

Di tengah perkembangan digital, generasi Z hidup sangat dekat dengan teknologi dan media sosial. Salah satu kebiasaan yang banyak dilakukan adalah *Doom Scrolling*, yaitu kecenderungan menggulir konten negatif secara berlebihan, yang dapat menimbulkan stres dan kecemasan. Kebiasaan ini tidak hanya memengaruhi kesehatan mental, tetapi juga berdampak pada pengelolaan keuangan. Paparan terus-menerus terhadap berita buruk dapat mendorong perilaku konsumtif sebagai pelarian emosional, yang dikenal sebagai *emotional spending* (Satici et al., 2023). Hal ini berisiko mengganggu perencanaan keuangan, mengurangi tabungan, dan menimbulkan utang. Ditambah lagi, algoritma media sosial yang menonjolkan gaya hidup konsumtif membuat

generasi Z mudah terdorong mengikuti tren demi validasi sosial, tanpa memperhitungkan kondisi finansial mereka. Akibatnya, *Doom Scrolling* menciptakan siklus negatif yang memicu keputusan keuangan yang tidak bijak (Güme, 2024).

Korelasi antara literasi digital dan *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku pengelolaan keuangan dapat dijelaskan bahwa semakin rendah literasi digital seseorang, semakin besar kemungkinan ia terdampak *Fear Of Missing Out* dan membuat keputusan keuangan yang tidak rasional, seperti berhutang untuk membeli barang demi gengsi atau mengikuti tren. Sebaliknya, individu dengan literasi digital yang tinggi akan lebih mampu mengelola keuangannya secara bijak karena memahami bahwa tidak semua yang tampak di dunia maya mencerminkan realitas. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital sangat penting tidak hanya untuk keberdayaan di ruang digital, tetapi juga sebagai upaya preventif untuk mengurangi dampak negatif *Fear Of Missing Out* terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Melalui pemahaman digital yang matang, masyarakat diharapkan dapat membangun pola konsumsi yang lebih sadar, terencana, dan sesuai dengan kondisi keuangannya.

Literasi digital bukan hanya tentang kemampuan menggunakan perangkat teknologi, melainkan juga tentang kecakapan dalam mengelola informasi digital secara bijak, kritis, dan sehat. Ketika seseorang memiliki literasi digital yang rendah, ia cenderung tidak mampu membatasi diri dalam mengakses informasi negatif, dan akhirnya terperangkap dalam siklus *Doom Scrolling* yang melelahkan secara emosional. Individu dengan literasi digital yang tinggi cenderung memiliki kemampuan untuk mengenali pola *Doom Scrolling*, mengatur waktu layar, dan memilah informasi secara kritis. Mereka lebih mampu menjaga kesehatan mentalnya, yang pada gilirannya berdampak pada pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional, tenang, dan terencana. Dengan demikian, literasi digital berperan sebagai variabel moderasi yang membantu seseorang terhindar dari jebakan *Doom Scrolling*, serta menjaga agar perilaku pengelolaan keuangannya tetap sehat di tengah gempuran informasi yang sering kali menimbulkan kecemasan. Meningkatkan literasi digital berarti meningkatkan ketahanan psikologis dan finansial sekaligus, terutama di era informasi yang serba cepat dan tidak selalu bersahabat ini.

Literasi digital diharapkan mampu menjadi alat untuk menahan laju perilaku semacam ini, karena mencakup kemampuan memahami, memilah, dan merespons informasi digital secara bijak. Namun, dalam praktiknya, literasi digital belum tentu cukup kuat untuk memoderasi hubungan antara *Doom Spending* dan pengelolaan keuangan. Hal ini terjadi karena literasi digital cenderung lebih fokus pada aspek kognitif memahami dan menilai informasi sementara *Doom Spending* lebih dipicu oleh aspek emosional dan psikologis yang tidak mudah dikendalikan hanya dengan kemampuan berpikir kritis. Seseorang bisa saja memahami risiko belanja impulsif, tahu bagaimana cara mengelola uang, bahkan sadar akan manipulasi iklan dan algoritma media sosial. Namun, saat dihadapkan pada tekanan emosional yang kuat dari ketidakpastian ekonomi, ketakutan akan krisis, atau sekadar pelarian dari stres harian, pemahaman rasional tersebut sering kali tidak mampu mengalahkan dorongan emosional untuk berbelanja. Artinya, meskipun seseorang memiliki literasi digital yang tinggi, hal tersebut belum tentu berdampak langsung pada kemampuan mereka mengontrol perilaku *Doom Spending*. Dalam konteks ini, pengelolaan keuangan dipengaruhi lebih besar oleh kestabilan emosi dan kesadaran psikologis daripada sekadar kemampuan digital. Maka, diperlukan pendekatan yang lebih holistik, yang menggabungkan literasi digital dengan edukasi emosional dan psikologis, agar individu benar-benar mampu menghadapi

tekanan informasi tanpa melampiaskannya dalam bentuk pengeluaran konsumtif yang merugikan.

6. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *Doom Spending*, *Doom Scrolling*, dan *Fear Of Missing Out* berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Kupang. Semakin tinggi intensitas ketiga perilaku tersebut, semakin buruk pengelolaan keuangannya. Literasi digital terbukti mampu memoderasi pengaruh *Doom Scrolling* dan *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku pengelolaan keuangan, namun tidak berperan sebagai moderator pada pengaruh *Doom Spending*.

Berdasarkan hasil penelitian, pemerintah Kota Kupang perlu mengambil langkah strategis dalam meningkatkan literasi digital dan keuangan di kalangan generasi Z guna memitigasi dampak negatif dari fenomena *Doom Spending*, *Doom Scrolling*, dan *Fear of Missing Out*. Salah satu langkah konkret yang dapat dilakukan adalah mengintegrasikan materi literasi digital dan keuangan dalam kurikulum pendidikan, khususnya pada tingkat SMA dan perguruan tinggi. Hal ini dapat dilakukan melalui kerja sama antara Dinas Pendidikan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Bank Indonesia untuk menyusun modul pembelajaran yang membekali generasi Z dengan pemahaman praktis mengenai pengelolaan keuangan dan konsumsi digital yang sehat.

Penelitian ini terbatas pada Generasi Z di Kota Kupang, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan ke wilayah lain. Penggunaan kuesioner daring berisiko menimbulkan bias persepsi responden dan keterbatasan eksplorasi makna. Selain itu, variabel moderasi hanya mencakup literasi digital, sementara faktor lain seperti kondisi ekonomi, tingkat stres, dan pengaruh teman sebaya belum diperhitungkan. Penelitian selanjutnya disarankan mencakup wilayah yang lebih luas dan melibatkan generasi lain untuk membandingkan antar kelompok usia. Pendekatan kualitatif juga dapat digunakan untuk menggali aspek psikologis dan sosial secara mendalam. Selain itu, model moderasi dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti kontrol diri, tekanan sosial, atau manajemen stres guna memperkaya pemahaman tentang perilaku finansial generasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraheni, D. R. (2025). Peran Literasi Keuangan Digital dalam Memitigasi Perilaku *Doom Spending* : A Narrative Literature Review. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 2(1), 87–105. <https://doi.org/10.35457/transgenera.v2i1.4150>.
- Arum, H. S. (2025). *Waste And Overconsumption In Modern Finance : An Analysis Of Qs Values* . *Al-Isra* : 26-27. 07(01), 26–27. <https://doi.org/10.55352/ekis.v7i1.1375>.
- Bekmen, M. (2022). The Effect of FOMO (Fear of Missing Out) on Purchasing Behavior in Public Relations Practices. *Journal of Selcuk Communication*, 15(2), 528–557. <https://doi.org/10.18094/josc.1116808>
- Çelik, I. K., Eru, O., & Cop, R. (2019). The Effects of Consumers' FOMO Tendencies On Impulse Buying and The Effects of Impulse Buying on Post-Purchase Regret: An Investigation on Retail Stores*. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 10(3), 124–138. <http://dx.doi.org/10.70594/brain/v10.i3/13>.
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The financial management behavior scale: Development

- and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59. <https://psycnet.apa.org/record/2011-18553-004>.
- Dyah Cahyasari. (2024). Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1199–1207. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1155>
- Erwin, E., Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). The Influence of Social Media Influencers on Generation Z Consumer Behavior in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(10), 1028–1038. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i10.317>
- Güme, S. (2024). Doom Scrolling: A Review. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 16(4), 595–603. <https://doi.org/10.18863/pgy.1416316>
- Haikal, M., Salsabilla, A., Natanina, D., Ginting, B., Safitri, E., Sanla, M., Absi, A. A., & Samuel, A. K. (2024). Pengaruh FOMO Terhadap Manajemen Keuangan Siswa SMP : Studi Literatur Manajemen Keuangan Pribadi SMPN 3 Tempuling. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(7), 2699–2706. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i7.1318>.
- Hatimatunnisani, H., Aryanti, S. S., Pancawati, K., Sutrisno, K. E., Hermawan, W., Hatimatunnisani, H., Aryanti, S. S., Pancawati, K., Sutrisno, K. E., Hermawan, W., & Keuangan, P. D. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan FOMO Finansial Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Eko-Bisma*, 3(2), 313–320. <https://doi.org/10.58268/eb.v3i2.122>.
- Hidayah, A. N., & Irmani, R. (2023). The Influence Of Financial Literacy, Lifestyle, And Financial Attitudes On Financial Management Behavior In The Millennial Generation With Locus Of Control As A Mediation Variable. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 4800–4810. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.1712>.
- Irdiana, S., Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2024). Implications of Financial Literacy, Lifestyle, and Social Factors on Student Financial Behavior. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 8(2), 111–117. <https://doi.org/10.30741/assets.v8i2.1320>
- Kapoor, S., & Prosad, J. M. (2017). Behavioural Finance: A Review. *Procedia Computer Science*, 122, 50–54. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.340>
- Khoirunnisa, R. A., & Purnamasari, P. E. (2024). Literasi Keuangan Memoderasi Hubungan FOMO, Love of Money, dan Self Control terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal E-Bis:EkonomiBisnis*, 8(2), 724–739. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1801>.
- Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 131–139. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139>
- Lia, D. A. Z., & Natswa, S. L. (2021). Buy-Now-Pay-Later (BNPL): Generation Z's Dilemma on Impulsive Buying and Overconsumption Intention. *Proceeding of The BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference, 193(Bistic)*, 130–137. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211115.018>.

- Muawiyah, S., & Jurana, J. (2025). Financial Behavior Patterns Of Generation Z: Netnographic Analysis Of The Fear Of Missing Out (FOMO) Phenomenon. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 5(1), 23–34. <https://doi.org/10.61132/jubikin.v2i2.94>
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- OJK. (2024). *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*. 6.
- Pamella, C. D. (2022). the Effect of Financial Literacy, Financial Attitude, Locus of Control and Income on Financial Management Behavior on the Millennial Generation. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 6(2), 241–253. <https://doi.org/10.30871/jama.v6i2.4361>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rahman, L. E. (2024). *Dampak Media Sosial , Perilaku Fear of Missing Out , dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi*. 3.
- Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2008). What Is Behavioral Finance? *Handbook of Finance*, 1–9. <https://doi.org/10.1002/9780470404324.hof002009>
- Satici, S. A., Gocet Tekin, E., Deniz, M. E., & Satici, B. (2023). Doom Scrolling Scale: its Association with Personality Traits, Psychological Distress, Social Media Use, and Wellbeing. *Applied Research in Quality of Life*, 18(2), 833–847. <https://doi.org/10.1007/s11482-022-10110-7>
- Savitri, J. A. (2019). Impact of Fear of Missing Out on Psychological Well-Being Among Emerging Adulthood Aged Social Media Users. *Psychological Research and Intervention*, 2(2), 23–30. <https://doi.org/10.21831/pri.v2i2.30363>
- Siswanti, I., & Halida, A. M. (2020). Financial Knowledge, Financial Attitude, And Financial Management Behavior: Self–Control As Mediating. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 28(01), 105–131. <https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2020.28.1.5>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Sulistianingsih, H., Maivalinda & Riski, T. R. (2021). Dampak Literasi Digital Dan Faktor Demografi Terhadap Perilaku Keuangan Pinjaman Online Di Masa Pandemi Covid-19. *JAZ:Jurnal Akuntansi Unihaz*, 4(2), 14. <https://doi.org/10.32663/jaz.v4i2.2450>
- Sulistyaningrum, A., Romandhon, & Susanti. (2025). Pengaruh Financial Technology, E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 5, 49–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/jamasy.v5i1.8988>
- Susanti, N., Mukhlis, T. I., Aji, M. B., & Hasan, O. (2024). Pentingnya Literasi Keuangan Pada Generasi Z (Studi Pada Siswa Sma Dan Smk Di Kota Bandung). *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(10), 14–25.

<https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i10.14542>.

- Syandana, D. A., & Dhania, D. R. (2024). Hubungan Antara Fear of Missing Out (FOMO) dan Gaya Hidup Hedonis dengan Impulsive Buying ada Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 8(3), 691–705. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4502>.
- Talwar, M., Talwar, S., Kaur, P., Tripathy, N., & Dhir, A. (2021). Has financial attitude impacted the trading activity of retail investors during the COVID-19 pandemic? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102341. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102341>
- Widiantari, G. A. A. P. R., & Dewi, G. A. K. R. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Perilaku FOMO terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Akuntansi FE Undiksha). *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 82–92. <https://doi.org/10.23887/vjra.v13i1.75485>
- Yulianto, M. D., Anggraeni, M. D., Alviasari, A., Wicaksono, M. A., Maya, Amelia, R., & Rozak, R. W. A. R. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) di Media Sosial terhadap Kesehatan Keuangan Generasi Z. *Jurnal Bisnis Kreatif Dan Inovatif*, 2(2), 80–88. <https://doi.org/10.61132/jubikin.v2i2.94>
- Yuventa, M., Leda, N., Widarnandana, I. G. D., & Dewi, L. (2024). Description of the Tendency of Making Decisions to Shop with Overseas Students from NTT at Dhyana Pura University , Bali. *Jurnal Kesehatan, Sains, Dan Teknologi (JAKASAKTI)*, 3(3), 101–108. <https://doi.org/10.36002/js.v3i3.3570>.