

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2025, Januari 2). *Selain Kebutuhan Pokok, Gen Z Paling Berminat Belanja Fashion*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/677668263f18a/selain-kebutuhan-pokok-gen-z-paling-berminat-belanja-fashion>
- Amarsa, R. R., Ramadhani, R. N., Taufiq, A., & Saripah, I. (2023, Agustus). *Kecenderungan Academic Burnout Pada Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Universitas Pendidikan Indonesia*. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 7(2), 395-405.
- Anggasta, G., & Puspitasari, D. G. G. (2024, Desember). *IMPLIKASI BUDAYA SELF-REWARD TERHADAP KONSUMTIVITAS : STUDI KASUS GEN-Z*. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12). 10.62281
- Arimani, C. (2025, Mei 16). *doom spending dan Budaya Paylater: Gaya Hidup Milenial & Gen Z yang Bisa Mengguncang Ekonomi Negara*. Medium. <https://medium.com/@riestore.arimani99/doom-spending-dan-budaya-paylater-gaya-hidup-milenial-gen-z-yang-bisa-mengguncang-ekonomi-negara-0d0624f9a525>
- Dauhan, A. A., & Langi, A. Y. (2024). *The role of influencers in shaping consumer behavior on Instagram*. *Binus Business Review*, 15(1), 45–56. <https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/10185>
- Excel, F., & Junaidi, J. (2025). *Studi Fenomenologi Motif Siswa SMAN 1 Sungai Puar Agam Memilih Bekerja Sambilan*. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 8(2), 163–174.
- Kompas. *"doom spending" Jadi Tren Gen Z dan Milenial, Begini Pesan Pakar Ekonomi Semarang*. (2024, Oktober 8). <https://regional.kompas.com/read/2024/10/08/080000978/-doom-spending-jadi-tren-gen-z-dan-milenial-begini-pesan-pakar-ekonomi>
- Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P.
- Joshi, Y., Lim, W. M., Jagani, S., & Sharma, S. (2023). *Social media influencer marketing: Foundations, trends, and future research directions*. *Electronic Commerce Research*, 23(4), 1123–1141. <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09719-z>
- Kartawinata, D. A., Akbar, M., Wardhana, Y., & Maharani, R. (2023). *The impact of social media followers on digital marketing performance*. *Journal of Social Science and Urban Technology*, 2(3), 88–96. <https://www.journal.ypidathu.or.id/index.php/jssut/article/view/592>

- Humas Indonesia. *Kehadiran Gen Z Telah Mengubah Arah Strategi Komunikasi 'Brand'*. (2025, Juli 1). <https://www.humasindonesia.id/berita/kehadiran-gen-z-telah-mengubah-arrah-strategi-komunikasi-brand--2856>
- Kusuma, N. T. D., Wany, E., & Prayitno, B. (2025, April). *Pengaruh Perilaku doom spending dan Kecerdasan Emosional terhadap Kemampuan Berinvestasi dengan Kecerdasan Intelektual sebagai Variabel Moderating di Kalangan Mahasiswa Generasi Z di Jawa Timur*. *Equilibrium Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 21(1), 63-71.
- Fuaddah, S. (2024, November 25). *Fenomena doom spending di Kalangan Mahasiswa*. *Media Mahasiswa Indonesia*. <https://mahasiswaindonesia.id/fenomena-doom-spending-di-kalangan-mahasiswa/>
- Times Indonesia. *Gen Z dan Hantu doom spending*. (2024, November 21).. <https://timesindonesia.co.id/kopi-times/518870/gen-z-dan-hantu-doom-spending>
- Hasan. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Helaluddin. (2018, March). *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/323600431_Mengenal_Lebih_Dekat_dengan_Pendekatan_Fenomenologi_Sebuah_Penelitian_Kualitatif
- Ibrahim, I. I., Ishaq, K., Salisu, A., & Wadari, M. S. (2024). The Contributions of Alfred Schutz (1899–1959) to the Evolution of Phenomenology. *Gusau Journal of Sociology*, 4(3), 354–368.
- LaMela, A., & Saliani, D. (2025). *The doom spending Dilemma: How Millennials & Gen Z Cope with Financial Anxiety*. PadTherapy. <https://padtherapyny.com/blog/doom-spending-harmful-gen-z-and-millennial-coping>
- Livingstone, S. (2004). *The challenge of changing audiences: Or, what is the audience researcher to do in the age of the internet?* *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86. <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>
- Mandolfo, M. (2021). *Past, present, and future of impulse buying research methods — systematic review*. *Frontiers in Psychology*. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8282203/>
- Manggola, A., & Thadi, R. (2021). *Fenomenologi Alfred Schutz: Studi Tentang Motif Pemakaian Peci Hitam Polos*. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 3(1), 19–25.

- Mario, M. (2023). *Hubungan interaksi pengguna dan loyalitas followers di media sosial. Jurnal Tuturan*, 11(2), 55–63. <https://ejournal.nalanda.ac.id/index.php/TUTURAN/article/view/235>
- Milagsita, A. (2024, September 27). *Tren Doom Spending Ramai Dibahas, Benarkah Jadi Penyebab Gen-Z Miskin?*. DetikJateng.com. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-7561106/tren-doom-spending-ramai-dibahas-benarkah-jadi-penyebab-gen-z-miskin>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2015). *Yesterday's New Cultivation, Tomorrow. Mass Communication and Society*, 18(5), 674–699.
- Mukhopadhyay, A., Sengupta, J., & Ramanathan, S. (2008). *Self-Rewards for Prior Shopping Restraint (relevant model for self-reward sequencing)*. Columbia Business School working paper. Retrieved from <https://business.columbia.edu/sites/default/files-efs/pubfiles/4145/JCP%2008-0004%20Self-Reward%20final.pdf>
- Nasrullah, R. (2019) *Teori dan Riset Khalayak Media*. PrenadaMediaGroup. (khalayak pasif → aktif)
- nn. (n.d.). *A Rise in 'doom spending': Americans buying more to avoid future high costs*. Johnson Financial Group. <https://www.johnsonfinancialgroup.com/about-us/newsroom/a-rise-in-doom-spending-americans-buying-more-to-avoid-future-costs/>
- Nn. *Dampak Fenomena Standar Tiktok Terhadap Gaya Hidup doom spending Gen Z Kota Medan*. (2025). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 9(2). <https://doi.org/10.9963/hfqb6r03>
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (n.d.). *Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet*. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95-102. 10.62383/konsensus.v1i6.433
- Purwandari, B., Ramadhan, M., Phusavat, K., Hidayanto, A. N., Husniyyah, N. H., Faozi, A. M., Wijaya, I. K., & Saputra, H. (2022). *The impact of social media influencers on consumer trust and purchase intention*. *Information*, 13(8), 384. <https://doi.org/10.3390/info13080384>
- Putri, N. K. (2024, September 27). *Apa Itu Fenomena 'doom spending', Tren di Kalangan Milenial dan Gen Z*. Liputan6.com.

<https://www.liputan6.com/regional/read/5712801/apa-itu-fenomena-doom-spending-tren-di-kalangan-milenial-dan-gen-z>

Qothrunnada, K. (2024, October 6). *Mengenal doom spending, Istilah Populer di Kalangan Gen Z dan Milenial*. detikcom. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7574414/mengenal-doom-spending-istilah-populer-di-kalangan-gen-z-dan-milenial>

Rizqiani, N. A. (2024). *Konsumerisme digital dan konstruksi self-reward di TikTok*. Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia, 7(1), 33–47.

S, A. Z. (2025, May 4). *Sulitnya Gen Z Menabung di Era Digital*. Scientia.id. <https://scientia.id/2025/05/04/sulitnya-gen-z-menabung-di-era-digital/>

Sabda, N. H., Novitasari, A., Arfiyanti, M. P., & Romadhoni, R. (2024). *Hubungan Locus of Control dengan Academic Burnout pada Mahasiswa Tahap Akhir Studi S1 Kedokteran Universitas Muhammadiyah Semarang*. eJournal Kedokteran Indonesia, 12(2), 175. <https://doi.org/10.23886/ejki.12.636.175>

Salim, M. P. (2024, September 26). *Apa Itu doom spending? Pahami Fenomena Generasi Z yang Mengancam Masa Depan Finansial*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5712294/apa-itu-doom-spending-pahami-fenomena-generasi-z-yang-mengancam-masa-depan-finansial>

Santika, E. F. (2024, Juni 8). *Shopee, e-Commerce yang Paling Diandalkan Gen Z dan Milenial Indonesia*. databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/887c3d33f84f194/shopee-e-commerce-yang-paling-diandalkan-gen-z-dan-milenial-indonesia>

Scienta, P. A. (2025). *Makna Representasi dalam Media Digital: Analisis Fenomena doom spending*. Journal of Media and Society, 3(1), 15–29.

(SocialBlade, n.d.) <https://socialblade.com/tiktok/user/naylajsmn>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suatin, R. M. (2024, September 28). *Bak Pisau Bermata Dua, Ini 3 Dampak Budaya Self Reward pada Gen Z*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5713439/bak-pisau-bermata-dua-ini-3-dampak-budaya-self-reward-pada-gen-z>

Supply Chain Digital. (2024). *How is 'doom spending' & TikTok Impacting Supply Chains?* <https://supplychaindigital.com/articles/does-doom-spending-have-an-impact-on-supply-chains>

- Syah, M. N. (2023, Agustus 14). *Prevalensi Burnout Dan Faktor Yang Berasosialisai Dengan Burnout Pada Mahasiswa Kedokteran Unpas> Penelitian Potong Lintang*. instituyional repositories & scientific journals. <http://repository.unpas.ac.id/64670/>
- Syaugie, A., & Nurhajati, L. (2025, March). *Online Media Framing Pada Fenomena Pemberitaan doom spending di Kalangan Milenial dan Gen Z*. PIKMA Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema, 7(2), 303-320. 10.24076/4vy3nq43
- Syiva, D. (2024, September 18). *Fenomena Boneka Labubu, Jadi Rebutan hingga Picu Kericuhan*. Portal JTV. <https://portaljtv.com/news/fenomena-boneka-labubu-jadi-rebutan-hingga-picu-kericuhan?biro=portal-jtv>
- Tempo. (2024). *Mengenal TikTok, Aplikasi Media Sosial yang Populer di Dunia*. Tempo.co. <https://www.tempo.co/ekonomi/mengenal-tiktok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia-117339>
- Vassio, L., Garetto, M., Leonardi, E., & Chiasserini, C. F. (2022). *Followers and influence dynamics in social media networks*. PLOS ONE, 17(8), e0272865. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272865>
- Verywell Mind. (2025). *Why doom spending Isn't the Stress Relief You Think You Need*. Retrieved from <https://www.verywellmind.com/doom-spending-to-relieve-stress-11713583>
- Widianto, A. T. (2022). *Makna Belajar Online Bagi Mahasiswa yang Berprestasi di Prodi Pendidikan Sejarah Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi*. Nusantara Hasana Journal, 1(10), 120–125.
- Wita, G., & Mursal, I. F. (2022). *Fenomenologi dalam Kajian Sosial Sebuah Studi Tentang Konstruksi Makna*. Titian: Jurnal Ilmu Humaniora, 6(2), 325–338.
- Yuliani, D. R. (2024). *Self-reward dan tekanan sosial di kalangan mahasiswa Gen Z*. Jurnal Psikologi Sosial Modern, 5(1), 21–34
- Yurivito, B. (2024, September). *Jadi Tren Anak Muda Indonesia, Apa itu doom spending?* Kompas Klasika. <https://klasika.kompas.id/baca/apa-itu-doom-spen>