

## **KETIKA INFLASI DAN KETIDAKPASTIAN MENEKAN: REFLEKSI DOOM SPENDING DAN PENTINGNYA LITERASI EKONOMI**

**Sheila Rizqi Amelia<sup>1</sup>, Lik Anah<sup>2</sup>, Widadatul Ulya<sup>3</sup>**

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Perwira Purbalingga<sup>1</sup>

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasyim Asy'ari Jombang<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Perwira Purbalingga<sup>3</sup>

[shellarizqiamelia@gmail.com](mailto:shellarizqiamelia@gmail.com)<sup>1</sup>, [likanah@unhasy.ac.id](mailto:likanah@unhasy.ac.id)<sup>2</sup>, [widadatululya03@gmail.com](mailto:widadatululya03@gmail.com)<sup>3</sup>

---

### **Abstract**

*The phenomenon of doom spending, or impulsive consumption behavior as an emotional escape, has become increasingly prevalent amid global economic uncertainty. Economic crises, high inflation, and job insecurity are key drivers of irrational consumer behavior. This study conducts a systematic literature review (SLR) of 34 peer-reviewed articles published between 2018 and 2025 to explore the relationship between macroeconomic pressure, doom spending behaviour, and the mitigating role of economic literacy. The findings indicate that macroeconomic pressure significantly contributes to doom spending behavior, and economic literacy plays an essential role in shaping rational consumer decision-making. However, economic literacy alone is insufficient without self-regulation and digital awareness of consumerist influences. This study highlights the urgency of enhancing economic literacy programs that are adaptive to digital challenges and macroeconomic dynamics. This paper contributes to the literature by integrating consumer psychology, economic literacy, and macroeconomic dynamics within one conceptual framework, proposing an interdisciplinary approach to financial education.*

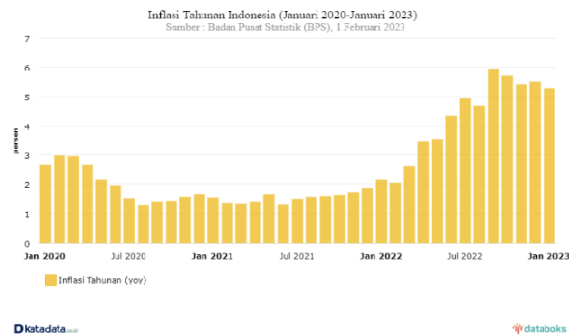
**Keywords:** *doom spending, economic literacy, macroeconomic pressure, consumer behavior, literature review*

---

### **PENDAHULUAN**

Fenomena *doom spending*, di mana orang mengkonsumsi melebihi kemampuan mereka karena stres, atau sebagai bentuk pelarian dari kenyataan semakin terlihat akibat tekanan ekonomi global. Faktor-faktor seperti peningkatan inflasi, ketidakpastian pasar kerja, dan efek berkepanjangan dari krisis pandemi telah menciptakan kondisi psikologis yang menyebabkan kebiasaan belanja berlebihan sebagai cara untuk menghadapi kecemasan. Laporan dan studi

yang berbeda menunjukkan bahwa individu sering kali terjebak dalam perilaku konsumsi impulsif selama masa ketidakstabilan ekonomi. *Doom spending* adalah bentuk konsumsi emosional untuk meredakan stress, tidak didorong oleh kebutuhan nyata, tetapi lebih merupakan upaya untuk mencari *short-term relief* dari tekanan psikologis akibat faktor eksternal seperti inflasi, ancaman PHK, atau krisis ekonomi.



Gambar 1. Grafik Inflasi Tahunan

Data resmi menunjukkan inflasi Indonesia menanjak hingga 5,51% pada 2022 sebelum menurun ke 1,87 pada Juni 2025. Lonjakan ini mencerminkan tekanan makro yang signifikan terhadap daya beli. Menurut Matranews, doom spending meningkat dikalangan generasi muda meski terjadi pelemahan daya beli dan bahkan deflasi di tahun tahun tertentu, menunjukkan adanya perilaku konsumtif sebagai coping terhadap ketidakpastian ekonomi. Korelasi temporal antara lonjakan inflasi 2022 dan peningkatan konsumsi impulsive di kalangan Gen Z serta milenial menunjukkan adanya mekanisme psikologis di balik doom spending.

Dalam konteks ini, **literasi ekonomi** berperan penting sebagai **benteng pertahanan** perilaku konsumen. Kemampuan untuk memahami kondisi ekonomi makro, merencanakan keuangan, dan menyikapi informasi ekonomi secara rasional memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang lebih hati-hati,

bijak dan menghindari jebakan konsumsi jangka pendek yang bisa merugikan.

Meskipun demikian, literatur terkini menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa studi menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan keuangan memiliki hubungan negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara lainnya mengungkap bahwa faktor-faktor lain seperti pengaruh media sosial justru lebih dominan. Masih terdapat *research gap* dalam menjelaskan bagaimana literasi ekonomi dapat menjadi alat mitigasi *doom spending* khususnya dalam konteks ketidakstabilan ekonomi makro.

Sejumlah penelitian Tan (2024) dan Gupta et al. (2022) telah melakukan kajian yang lebih fokus pada dampak ekonomi makro terhadap perilaku konsumtif. Begitu pula literasi ekonomi yang dihubungkan dengan pengambilan keputusan keuangan dalam kajian Maulidina dan Kurniawati (2022) serta Lusardi dan Mitchell (2014). Namun, masih sedikit penelitian yang secara eksplisit mengaitkan ketiga variabel utama tekanan ekonomi makro, doom spending, dan literasi ekonomi dalam satu kerangka konseptual komprehensif. Lebih jauh, masih jarang yang mengkaji literasi ekonomi sebagai mitigasi terhadap doom spending di tengah situasi digital dan ketidakpastian

kondisi makroekonomi, khususnya kajian di Indonesia.

Pengisi gap ini menunjukkan adanya kekosongan penelitian dalam mengaitkan dimensi psikologi dengan struktur ekonomi secara bersamaan. Untuk itulah, diadakannya penelitian ini guna memenuhi kebutuhan kajian literatur sistematis yang mampu membangun dan memetakan variabel-variabel yang relevan serta menyusun rekomendasi kebijakan yang responsif terhadap dinamika ekonomi dan sosial yang terjadi saat ini.

**Rumusan masalah** dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh tekanan ekonomi makro terhadap perilaku doom spending?
2. Sejauh mana literasi ekonomi mampu memitigasi perilaku doom spending dalam konteks ketidakpastian ekonomi?

Penelitian ini bertujuan untuk **mengulas literatur secara sistematis dan kritis** terkait hubungan antara tekanan ekonomi makro, fenomena doom spending, dan peran literasi ekonomi sebagai solusi preventif. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kerangka teoretis dan konseptual bagi pengembangan

kebijakan edukasi ekonomi yang relevan dengan tantangan zaman.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **2.1 Doom Spending: Konsep dan Karakteristik**

*Doom spending* merupakan istilah baru dalam literatur perilaku konsumen yang menggambarkan perilaku konsumsi berlebih akibat tekanan emosional dan sosial. Tan (2024) menyebutnya sebagai *short-term gratification* yang muncul dari *emotional burnout* dan ketidakpastian hidup. Perilaku ini biasanya tidak rasional, tidak terencana, dan dilakukan sebagai kompensasi terhadap stres atau kecemasan.

Ciri *doom spending* meliputi:

- Belanja impulsif tanpa pertimbangan finansial jangka panjang
- Motivasi emosional akibat tekanan ekonomi atau sosial
- Ketidakmampuan mengendalikan diri terhadap stimulus promosi dan diskon

### **2.2 Tekanan Ekonomi Makro dan Respons Konsumen**

Beberapa indikator makroekonomi seperti **inflasi, tingkat pengangguran, dan**

**krisis ekonomi** berkontribusi pada meningkatnya ketidakpastian dan rasa tidak aman dalam rumah tangga. Menurut Gupta et al. (2022), krisis ekonomi memperbesar potensi masyarakat untuk mengambil keputusan keuangan yang salah, termasuk pengeluaran berlebihan yang tidak esensial.

Fenomena ini juga nampak selama dan pasca pandemi COVID-19, ketika daya beli turun tetapi perilaku belanja secara daring justru meningkat sebagai pelarian. Ketidakstabilan ekonomi turut serta memperburuk aspek psikologis masyarakat, menciptakan ruang bagi perilaku seperti *doom spending*.

### 2.3 Literasi Ekonomi: Definisi dan Peran

Literasi ekonomi mencakup pemahaman individu terhadap konsep dasar ekonomi (seperti inflasi, bunga, pajak, dan kebijakan pemerintah) serta kemampuan untuk menerapkannya sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Maulidina & Kurniawati (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi ekonomi yang baik berdampak signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa.

Dalam konteks makro, individu dengan literasi ekonomi tinggi cenderung:

- Lebih mampu memahami risiko keuangan dalam jangka panjang
- Lebih mampu menyusun anggaran yang realistis dan disiplin
- Tidak mudah tergoda belanja impulsif

### 2.4 Studi Terkait dan *Research Gap*

Anggraheni (2025) mengulas bahwa literasi digital keuangan itu penting, tetapi belum cukup dikaji secara mendalam khususnya dalam konteks *doom spending*. Sementara Husnayetti et al. (2025) menyimpulkan bahwa media sosial justru menjadi pemicu utama, bahkan ketika literasi keuangan tergolong baik.

Gap riset yang muncul adalah belum adanya ulasan literatur yang mengaitkan secara eksplisit **kondisi ekonomi makro**, **doom spending**, dan **peran literasi ekonomi**, baik secara teoritis maupun praktis. Hal ini membuka ruang untuk melakukan *literature review* sistematis yang mengkaji hubungan ketiga variabel tersebut dan memberikan kontribusi teoritis maupun kebijakan.

## **METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan **penelitian kualitatif deskriptif** dengan pendekatan **literature review sistematis (systematic literature review / SLR)**. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menganalisis temuan-temuan ilmiah terkait hubungan antara tekanan ekonomi makro, perilaku *doom spending*, dan peran literasi ekonomi.

### **3.2 Teknik SLR dan Proses Seleksi Literatur**

Proses *systematic literature review* mengikuti Langkah-langkah PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta Analyses*), dengan alur sebagai berikut:

1. Identifikasi Kata Kunci: “doom spending”, “economic literacy”, “financial behavior”, “macroeconomic uncertainty”.
2. Sumber Database: Google Scholar, Scopus, DOAJ, ScienceDirect, Garuda Dikti
3. Tahun terbit: 2018-2025
4. Jumlah Artikel Awal: 124 artikel

5. Seleksi berdasarkan Judul dan Abstrak: 59 artikel
6. Screening Full Text dan kriteria inklusi-eksklusi: tersisa 34 artikel yang digunakan dalam sintesis akhir

### **3.3 Kriteria Seleksi Literatur**

#### **Kriteria inklusi:**

- Artikel berbahasa Indonesia atau Inggris
- Terbit antara tahun 2018–2025
- Fokus pada topik: literasi ekonomi/keuangan, *doom spending*, perilaku konsumtif, dan kondisi ekonomi makro
- Menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitatif, atau tinjauan teoretis

#### **Kriteria eksklusi:**

- Artikel yang tidak sedang melalui peer-review
- Literatur yang hanya membahas satu variabel tanpa menghubungkannya dengan topik utama penelitian
- Artikel yang berfokus pada konteks yang sangat spesifik (misal lansia, populasi klinis) yang tidak relevan dengan populasi umum

### **3.4 Teknik Analisis Data**

Analisis dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

**1. Identifikasi Literatur:**

Mengumpulkan artikel yang memenuhi kriteria inklusi.

**2. Klasifikasi Literatur:**

Mengelompokkan artikel berdasarkan tema utama (literasi ekonomi, tekanan makroekonomi, perilaku doom spending).

**3. Evaluasi Kritis:** Menilai kualitas dan kontribusi tiap artikel terhadap perumusan kerangka teori.

**4. Sintesis Temuan:** Teknik sintesis yang digunakan adalah *narrative thematic synthesis*, yaitu dengan mengkaji hasil-hasil utama dari artikel terpilih berdasarkan topik dan variabel, lalu membandingkan konsistensi temuan, metodologi, dan kontribusinya terhadap kerangka konseptual yang dibangun. Berikutnya menyusun hubungan antara variabel dan menyusun kerangka konseptual yang mencerminkan bagaimana literasi ekonomi berperan dalam menanggapi

perilaku doom spending dalam situasi krisis ekonomi.

### **3.5 Validitas dan Relevansi Literatur**

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas dalam peninjauan pustaka:

- Artikel yang digunakan dipilih dari sumber terpercaya dan melalui proses peer-review.
- Keberagaman metode dan wilayah studi diperhatikan untuk memperoleh perspektif yang komprehensif.
- Literatur yang dipilih memiliki relevansi langsung dengan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan ini disusun berdasarkan pendekatan sistematis dari hasil Systematic Literature Review (SLR) terhadap 34 artikel yang telah diseleksi melalui alur PRISMA. Artikel-artikel tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam tiga tema utama:

- (1) Pengaruh tekanan ekonomi makro terhadap perilaku,

- (2) Karakteristik *doom spending* dalam konteks social digital, dan
- (3) Peran literasi ekonomi sebagai mitigasi perilaku konsumtif.

#### **4.1 Tekanan Ekonomi Makro dan Perilaku Konsumen**

Tekanan ekonomi makro seperti inflasi tinggi, ancaman PHK, stagnasi ekonomi, serta ketidakpastian geopolitik terbukti mempengaruhi cara konsumen dalam mengambil keputusan ekonomi. Dalam situasi tersebut, sebagian masyarakat merespons dengan perilaku konsumsi impulsif sebagai bentuk pelarian emosional misalnya, penelitian oleh Nguyen, Nguyen & Dinh (2023) menemukan bahwa ketidakpastian lingkungan makro, seperti pandemi Covid-19, menyebabkan distress psikologis yang berujung pada impulsive buying sebagai mekanisme coping konsumen

Tan (2024) mengemukakan bahwa *doom spending* menjadi pola konsumsi emosional yang muncul saat individu merasa tidak memiliki kendali atas masa depan finansialnya. Kondisi ekonomi yang memburuk memperparah *emotional fatigue*, dan konsumsi diposisikan sebagai bentuk *self-soothing behavior* meskipun tidak rasional dan berisiko.

Temuan ini merujuk pada 11 artikel dari total 34 artikel yang fokus pada hubungan antara inflasi, pengangguran dan ketidakpastian ekonomi dengan perilaku konsumsi rumah tangga. Mayoritas artikel menggunakan pendekatan kuantitatif (Gupta et al., 2022; Suryanti et al., 2024) dengan variable makro seperti CPI, tingkat pengangguran dan indeks ekspektasi konsumen. Temuan ini menjadi dasar untuk mendukung premis bahwa tekanan ekonomi menjadi pemicu psikologis dari perilaku konsumsi irasional seperti *doom spending*.

#### **4.2 Karakteristik Doom Spending**

Berdasarkan berbagai literatur, *doom spending* ditandai oleh:

- Ketidakteraturan dalam pengeluaran
- Kecenderungan membeli barang non-esensial
- Dorongan belanja yang timbul setelah mengakses berita negatif ekonomi atau media sosial
- Terjadi lebih dominan pada generasi muda (Z dan milenial) di era digital (Husnayetti et al., 2025)

Fenomena ini berbeda dengan konsumsi konvensional karena sifatnya yang spontan, tidak berdasarkan kebutuhan riil, dan

cenderung menyebabkan penyesalan finansial pasca pembelian.

Sebanyak 14 artikel membahas perilaku doom spending, baik dari sisi psikologis (Tan, 2024; Kusuma et al., 2025) serta dari sudut pandang sosial digital (Husnayetti et al., 2025). Karakteristik doom spending yang ditemukan menunjukkan skema *perceiving shopping as stressor*. Sintesis dilakukan dengan membandingkan pola konsumsi berdasarkan populasi (Gen Z vs Gen Y), kanal pembelian (online vs offline), serta pemicu emosional (konten media vs kondisi ekonomi nyata).

#### **4.3 Literasi Ekonomi sebagai Benteng Proteksi**

Beberapa literatur menyebutkan bahwa literasi ekonomi berperan dalam membentuk perilaku keuangan yang rasional dan terencana. Maulidina & Kurniawati (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi ekonomi berkorelasi negatif dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Individu dengan pemahaman ekonomi yang baik cenderung menyusun anggaran, memahami prioritas, dan menghindari pengeluaran tidak perlu.

Literasi ekonomi mencakup kemampuan:

- Membuat dan mengikuti anggaran

- Memahami nilai waktu dari uang
- Mengenali konsekuensi jangka panjang dari keputusan konsumsi
- Menganalisis risiko ekonomi makro yang mempengaruhi keuangan pribadi

Namun, Anggraheni (2025) mencatat bahwa literasi digital juga menjadi dimensi penting dalam menghadapi stimulus belanja daring yang makin agresif. Tema ini mencakup 9 artikel yang berfokus pada pengaruh literasi ekonomi/keuangan terhadap perilaku konsumtif. Dari hasil analisis, ditemukan konsistensi bahwa literasi ekonomi berdampak negatif terhadap konsumsi berlebih. Namun, terdapat perbedaan signifikan ketika faktor kontrol diri dan literasi digital tidak disertakan (Maulidina & Kurniawati, 2022 vs Anggraheni, 2025). Hal ini mendasari pentingnya pendekatan lintas-disiplin dalam edukasi ekonomi.

#### **4.4 Studi Perbandingan dan Temuan Kritis**

Studi Husnayetti et al. (2025) justru menemukan bahwa meskipun tingkat literasi keuangan mahasiswa tergolong baik, perilaku *doom spending* tetap terjadi, terutama dipicu oleh eksposur media sosial dan normalisasi gaya hidup konsumtif.



Hal ini menunjukkan bahwa **literasi ekonomi saja belum cukup**, harus disertai dengan penguatan kontrol diri, kesadaran psikologis, serta edukasi kontekstual yang relevan dengan tantangan zaman.

#### **4.5 Sintesis Literatur: Integrasi Tiga Elemen**

Dari berbagai literatur yang ditinjau, dapat disimpulkan bahwa:

1. ***Doom spending* dipicu oleh tekanan ekonomi makro dan faktor psikologis.**
2. **Literasi ekonomi berperan sebagai mitigasi**, namun efektivitasnya dipengaruhi oleh faktor lain seperti budaya konsumsi, sosial media, dan akses teknologi.
3. **Kesenjangan literasi digital dan ekonomi harus diatasi secara simultan**, agar edukasi keuangan benar-benar membentuk perilaku finansial sehat.

#### **4.6 Implikasi terhadap Edukasi dan Kebijakan**

Berdasarkan pembahasan, penelitian ini merekomendasikan:

- Penguatan kurikulum literasi ekonomi yang tidak hanya fokus pada konsep dasar, tetapi juga pengendalian emosi dalam pengambilan keputusan konsumsi.
- Perlunya pendekatan lintas-disiplin (ekonomi, psikologi, teknologi) dalam membentuk kesadaran finansial masyarakat.
- Pemerintah dan lembaga keuangan perlu mengarahkan program literasi keuangan secara lebih adaptif terhadap kondisi ekonomi makro yang fluktuatif dan dinamis.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematis literatur-literatur ilmiah yang membahas hubungan antara tekanan ekonomi makro, perilaku *doom spending*, dan peran literasi ekonomi sebagai alat mitigasi. Berdasarkan analisis pustaka yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan penting sebagai berikut:

1. **Fenomena *doom spending* merupakan bentuk perilaku konsumsi**

impulsif yang didorong oleh stres, ketidakpastian, dan tekanan emosional, khususnya dalam kondisi ekonomi makro yang tidak stabil seperti inflasi tinggi, ancaman PHK, atau krisis keuangan.

2. **Tekanan ekonomi makro** terbukti memengaruhi keputusan konsumsi masyarakat, di mana individu cenderung mencari pelarian melalui belanja non-esensial yang bersifat emosional.
3. **Literasi ekonomi** memiliki potensi sebagai proteksi perilaku *doom spending*. Individu yang memahami konsep dasar ekonomi dan mampu merencanakan keuangan lebih rasional dalam mengambil keputusan konsumsi, terutama saat menghadapi tekanan ekonomi.
4. Namun, beberapa studi menunjukkan bahwa **literasi ekonomi saja tidak cukup**. Paparan media sosial, normalisasi gaya hidup konsumtif, serta lemahnya kontrol diri tetap dapat memicu perilaku konsumtif, meski individu memiliki pemahaman ekonomi yang memadai.

5. Diperlukan pendekatan literasi ekonomi yang **komprensif dan kontekstual**, mencakup edukasi digital, pengelolaan emosi, serta pemahaman tentang dinamika ekonomi makro dalam kehidupan sehari-hari.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kajian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran yang bisa menjadi rekomendasi untuk pengembangan program edukasi ekonomi dan arah penelitian selanjutnya:

1. **Bagi Pemerintah dan Lembaga Edukasi:**  
Perlu memperkuat kurikulum literasi ekonomi dan keuangan, khususnya bagi generasi muda, yang tidak hanya fokus pada aspek teknis (*budgeting, saving*), tetapi juga membangun kesadaran kritis terhadap dampak kondisi ekonomi makro dan pengaruh sosial digital.
2. **Bagi Masyarakat Umum:**  
Penting untuk meningkatkan literasi ekonomi dan mengembangkan kemampuan *self-regulation* dalam konsumsi, agar mampu menghadapi tekanan eksternal tanpa jatuh pada

perilaku konsumtif yang bisa merugikan.

3. **Bagi Peneliti Selanjutnya:** Disarankan untuk melakukan penelitian empiris yang menguji secara langsung hubungan antara tekanan ekonomi makro, literasi ekonomi, dan perilaku *doom spending* di berbagai segmen populasi, agar memperoleh bukti secara kuantitatif dan memperkuat temuan kajian pustaka ini.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Studi ini terbatas pada literatur yang tersedia dalam rentang 2018–2025 dan belum mencakup pendekatan kuantitatif langsung di lapangan. Selain itu, literatur non-Inggris yang relevan mungkin tidak seluruhnya terakomodasi.

### DAFTAR PUSTAKA

Anggraheni, D. R. Peran Literasi Keuangan Digital dalam Memitigasi Perilaku Doom Spending: A Narrative Literature Review. *Transgenera: Jurnal Kajian Gender, Anak dan Inklusi*, 2, 46–60 (2025).

Ajzen, I. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human*

*Decision Processes*, 50, 179–211 (1991).

Aulia, R. & Priyambodo, T. (2022). *Digital Financial Literacy among Indonesian Millennials*. *Jurnal Ekonomi Digital*.

D’Acunto, F., Charalambakis, E., Georgarakos, D., Kenny, G., Meyer, J. & Weber, M. Household Inflation Expectations: An Overview of Recent Insights for Monetary Policy. *Becker Friedman Institute Working Paper*, No. 2024-66, 1–28 (2024).

Gupta, L., Kaur, R. & Walia, A. *Economic Education and Household Financial Outcomes during the Financial Crisis*. *Journal of Risk and Financial Management*, 14, 316 (2022).

Husnayetti, H., Hapsari, T. & Fadhilah, N. *Doom Spending Behaviour Among the Digital Generation: The Role of Financial Literacy and Social Media Interaction*. *Zenodo*, <https://zenodo.org/records/15703129> (2025).

Hernawati, R., Mau Manek, A. & Sasea, T. Peran Literasi Digital dalam Memoderasi Pengaruh Doom Spending, Doom Scrolling, dan Fear of Missing Out terhadap Perilaku

- Pengelolaan Keuangan Generasi Z. *Among Makarti*, 18, 41–52 (2025).
- Kusuma, N. T. D., Wany, E. & Prayitno, B. P. Pengaruh Perilaku Doom Spending dan Kecerdasan Emosional terhadap Kemampuan Berinvestasi Mahasiswa Gen Z Jawa Timur. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 21, 35–48 (2025).
- Lim, J. & Lee, H. *Macroeconomic Anxiety and Financial Coping Behavior*. *Journal of Consumer Psychology*. (2023).
- Lusardi, A. & Mitchell, O. S. *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. *Journal of Economic Literature*, 52, 5–44 (2014).
- Maulana, Z., Pratiwi, D. & Deni. Perilaku Doom Spending di Era Digital pada Generasi Milenial dan Gen Z. *Prosiding Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura*, 2, 85–97 (2025).
- Maulidina, N. & Kurniawati, H. The Effect of E-Money, Economic Literacy and Parents' Income on Consumptive Behavior. *Economic Education Analysis Journal*, 11, 74–83 (2022).
- Nguyen, T. T., Nguyen, T. V. & Dinh, L. T. *Macroeconomic Uncertainty and Impulsive Buying During the COVID-19 Pandemic: The Role of Psychological Distress*. *Current Psychology*, 42, 12056–12068 (2023).
- OECD. OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy. Diakses dari <https://www.oecd.org/financial/education/oecd-infe-2020-international-survey-of-adult-financial-literacy.pdf> (2020).
- Suriyanti, A., Syamsuddin, S. & Bustami, T. Dampak Inflasi terhadap Perilaku Konsumen dan Kebijakan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5, 112–125 (2024).
- Tan, L. Doom Spending: Short-Term Gratification or Long-Term Pain? *NAV by DBS*. Diakses dari <https://www.dbs.com.sg/personal/articles/nav/budget-spend/doom-spending> (2024).

