

## **PENGARUH *DOOM SPENDING* DAN *SELF REWARD* TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA GENERASI Z (STUDI KASUS PADA GEN Z DI KECAMATAN LAMONGAN).**

***Rizqa Laily<sup>1</sup>, Luluk Nur Azizah<sup>2</sup>***

**AFFILIATION:**

<sup>1,2</sup>Department of management,  
Faculty of economic & bussines,  
Universitas Islam Lamongan, East  
Java, Indonesia

**\*CORRESPONDENCE:**

rizqalaily@gmail.com  
Phone number: 0881036821595

**DOI:**

**CITATION:**

Laily, R, & Azizah, I. n. (2025).  
PENGARUH *DOOM SPENDING*  
DAN *SELF REWARD* TERHADAP  
PENGELOLAAN KEUANGAN  
PRIBADI PADA GENERASI Z (STUDI  
KASUS PADA GEN Z DI  
KECAMATAN LAMONGAN), *Jurnal  
Bestie* 1(1), 1-10.

**Abstrak**

This research aims to determine the effect of doom spending and self-reward variables on financial management. Furthermore, this study also aims to identify which variable has the most dominant influence on financial management. This research utilizes a quantitative method with a descriptive approach. The population selected for this study is Generation Z residents in the Lamongan District. The sampling technique used is purposive sampling, resulting in a sample size of 393 respondents. The data collection techniques used in this study are questionnaires and surveys. The classical assumption tests conducted in this study include normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and coefficient of determination test. Additionally, this research employs two statistical tests, namely the t-test and the f-test. The results of this study show that doom spending and self-reward have a significant effect. The results of this study show that doom spending and self reward have a partial and significant effect on personal financial management. Doom spending and self reward also simultaneously affect personal financial management. Furthermore, the variable that has the most dominant effect on personal financial management is self reward.

**Keywords:** *Doom Spending, Self Reward, Personal Financial Management, Gen Z*

**ARTICLE HISTORY**

**Received:** Juli 4, 2025

**Revised:** Januari 5, 2026

**Accepted:** Januari 20, 2026

### **Pendahuluan**

Generasi Z yang terlahir di tahun 1997-2012 ini disebut sebagai generasi yang tidak lepas dari internet karena tumbuh dan berkembang di era digitalisasi. Berdasarkan hasil sensus Badan Pusat Statistik (BPS) 2020, jumlah gen z mencapai 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94% dari total seluruh populasi penduduk di Indonesia. Sementara itu, jumlah penduduk paling dominan kedua berasal dari generasi milenial sebanyak 69,38 juta jiwa penduduk atau sebesar 25,87% (Rainer, 2023).



Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 47% dari gen z dan 43% dari milenial memiliki kekhawatiran akan kondisi finansial jangka panjang. Selain itu, 42% gen z sekarang menganggap keuangan sehari-hari juga penyumbang stres mereka yang mempengaruhi finansial jangka panjang. Fenomena ini semakin marak terjadi pada gen z. Terlebih lagi di era saat ini, gen z tidak hanya memenuhi kebutuhan primer saja, tetapi juga kebutuhan gaya hidup untuk menyenangkan diri mereka, seperti membeli pakaian model terbaru, make up, skincare, makanan yang viral, data internet dan tak lupa membeli sesuatu sebagai bentuk memenuhi hobi atau hiburan bagi mereka.

Fenomena seperti hal tersebut disebut *doom spending*. Melansir (Bloomberg, 2024) *doom spending* adalah aktivitas membelanjakan uang untuk menghilangkan stres di tengah kekhawatiran atas kondisi ekonomi yang tidak pasti. Tidak kalah dengan *doom spending*, trend *self reward* pun juga ikut menghiasi kehidupan gen z di era digitalisasi ini. Menurut (Inez, 2022) *self reward* merupakan salah satu jenis atau cara seseorang untuk mengaktualisasi konsep *self love*.

Sebetulnya, *self reward* yang dilakukan gen z dengan melakukan kegiatan yang diinginkan tidak akan menjadi masalah selama mampu mengontrol diri dengan baik. *Self reward* yang baik dapat dilakukan dengan mengontrol diri dan melakukan pengelolaan keuangan dengan baik (Wahyuningsari, 2021). Menurut penelitian terdahulu (Vhalery, 2021) menyatakan bahwa adanya pengaruh *self reward* terhadap pengelolaan uang saku secara signifikan. Sedangkan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hamzah, Handri dan Meirani, 2023) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara *self reward* terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Berdasarkan penjabaran dari penelitian terdahulu dapat dilihat bahwasanya masih terdapat perbedaan hasil antara peneliti satu dengan peneliti lainnya. Sehingga mengakibatkan kesenjangan dari penelitian terdahulu yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Lamongan dan bertujuan untuk mengetahui apakah doom spending dan self reward berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi gen z di Kecamatan Lamongan.

## **Kajian Pustaka**

### ***Doom Spending***

*Doom spending* adalah pola konsumtif berlebihan, bahkan cenderung obsessive, di mana seseorang sulit menahan keinginan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan menurut (Wahyuni, 2024). Menurut (Wahyuni dan Setyawati, 2020) indikator doom spending ada empat, yaitu :

1. Pembelian secara spontan
2. Pembelian dilakukan secara terburu-buru
3. Pembelian dipengaruhi oleh emosi
4. Pembelian dilakukan tanpa memikirkan akibat

### ***Self Reward***

Menurut (Nur Aeni, 2022) self reward merupakan istilah yang menggambarkan suatu keadaan ketika seseorang memberikan hadiah untuk dirinya sendiri. Self reward bisa dilakukan dengan bersantai tanpa memikirkan pekerjaan ataupun membelanjakan uang untuk kesenangan dan kepuasan diri. Menurut (Vania et al, 2019) self reward memiliki empat indikator, yaitu :

1. Pemilihan *reward* yang tepat.
2. Penyajian *reward*.
3. Pengaturan waktu pemberian *reward*.

4. Perencanaan untuk memelihara perubahan diri

**Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Kholilah dan Iramani dalam (Febri dan Kartiko, 2023) mendefinisikan pengelolaan keuangan pribadi sebagai kepaiawaian seseorang dalam mengklasifikasikan anggaran keuangannya. Menurut (Kartawinata et al, 2021), (Warsono, 2010), (Selcuk, 2015), (Mashud, et.al, 2021) menyebutkan indikator dalam mengukur pengelolaan keuangan pribadi, yaitu :

1. Melakukan penganggaran atau perencanaan keuangan
2. Penggunaan dana atau sumber keuangan
3. Melakukan monitoring atau pengendalian keuangan

**Generasi Z**

Generasi z atau yang biasa dikenal dengan gen z adalah kelompok orang yang lahir pertengahan 1990-an sampai akhir 2000-an. Pew Research Center mendefinisikan gen z sebagai orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Michael Dimmock, 2019).

**Metode**

Bentuk metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode penelitian kuantitatif. Teknik data menggunakan SPSS dengan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasdisitas dan uji koefisien determinasi serta menggunakan uji t dan uji f.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

| Variabel                     | Pernyataan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|------------------------------|------------|--------------|-------------|------------|
| Doom Spending                | X1.1       | 0,894        | 0,361       | Valid      |
|                              | X1.2       | 0,780        | 0,361       | Valid      |
|                              | X1.3       | 0,937        | 0,361       | Valid      |
|                              | X1.4       | 0,922        | 0,361       | Valid      |
| Self Reward                  | X2.1       | 0,681        | 0,361       | Valid      |
|                              | X2.2       | 0,772        | 0,361       | Valid      |
|                              | X2.3       | 0,775        | 0,361       | Valid      |
|                              | X2.4       | 0,631        | 0,361       | Valid      |
| Pengelolaan Keuangan Pribadi | Y.1        | 0,904        | 0,361       | Valid      |
|                              | Y.2        | 0,857        | 0,361       | Valid      |
|                              | Y.3        | 0,659        | 0,361       | Valid      |

Sumber : Pengelolaan Data Menggunakan SPSS 26 (2024)

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai koefisien korelasi terkorelasi yang lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,361$ . Hal ini membuktikan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

### UJI RELIABILITAS

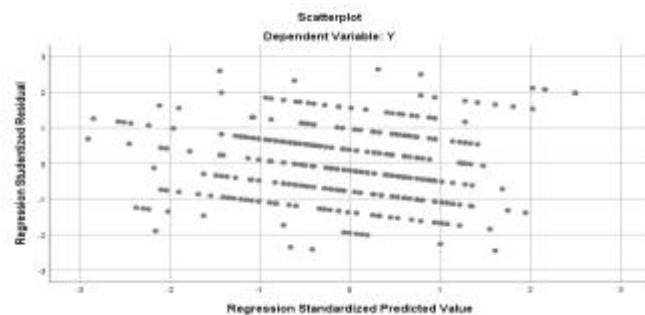
**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                     | Alpha | Keterangan |
|------------------------------|-------|------------|
| Doom Spending                | 0,906 | Reliabel   |
| Self Reward                  | 0,681 | Reliabel   |
| Pengelolaan Keuangan Pribadi | 0,724 | Reliabel   |

Sumber : Pengelolaan Data Menggunakan SPSS 26 (2024)

Hasil pengujian reabilitas menunjukkan bahwa semua pertanyaan kuesioner telah memiliki standar konsistensi (*reliable*) yang memenuhi kriteria  $> 0,6$  sehingga dapat dinyatakan baik untuk melanjutkan penelitian.

## UJI HETEROSKEDASDISITAS



Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedasdisitas

Gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah pada angka 0 dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini juga membuktikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## UJI MULTIKOLINIERITAS

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |      |                         |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)              | 6.726                       | .621       |                           | 10.824 | .000 |                         |       |
| X1                        | .072                        | .029       | .122                      | 2.505  | .013 | .989                    | 1.011 |
| X2                        | .174                        | .034       | .251                      | 5.149  | .000 | .989                    | 1.011 |

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel diatas, variabel *Doom Spending* (X1) dan *Self Reward* (X2) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,989 dengan nilai VIF 1,011. Maka menunjukkan bahwa perolehan nilai tolerance  $0,989 > 0,10$  dan nilai

VIF 1,011 < 10, berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

## UJI KOEFESIEN DETERMINASI

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .290 <sup>a</sup> | .084     | .080              | 1.71490                    |

Sumber : Pengolahan data Menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *doom spending* dan *self reward* dapat memberikan pengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi sebesar 08,4%, dengan sisa 91,6% berasal dari variabel lain yang tidak dalam cakupan penelitian peneliti.

## UJI REGRESI LINIER BERGANDA

**Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Constant) | 6.726                       | .621       |                           | 10.824 | .000 |
|                           | X1         | .072                        | .029       | .122                      | 2.505  | .013 |
|                           | X2         | .174                        | .034       | .251                      | 5.149  | .000 |

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji regresi linear berganda maka didapatkan model regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 6.726 + 0.072X_1 + 0.174X_2$$

Berikut merupakan penjelasan dari hasil persamaan regresi linear berganda :

1.  $\alpha = 6.726$  yang merupakan konstanta yang berarti bahwa variabel bebas dalam penelitian ini (doom spending dan self reward) pengaruhnya = 0, maka hasil dari pengelolaan keuangan pribadi adalah 6.726.
2.  $\beta_1 = 0.072$  menjelaskan bahwa apabila variabel *Doom Spending* ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% maka pengelolaan keuangan pribadi akan mengalami peningkatan sebesar 0.072 dengan asumsi variabel lain yang mempengaruhi dianggap konstan.
3.  $\beta_2 = 0.174$  menjelaskan bahwa apabila variabel *Self Reward* ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% maka pengelolaan keuangan pribadi akan mengalami peningkatan sebesar 0.174 dengan asumsi variabel lain yang mempengaruhi dianggap konstan. Dari hasil koefisien variabel-variabel bebas diatas bernilai positif.

Hal ini berarti mempunyai arah perubahan yang searah dengan variabel dependen. Dibandingkan dengan variabel bebas lainnya, variabel *self reward* memiliki koefisien regresi tertinggi sebesar 0,174. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Self Reward* adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi.

## UJI T

*Doom spending* memiliki nilai  $t_{hitung}$   $t_{hitung}$  2,975 yang lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$   $t_{tabel}$  1,97 ( $2,975 > 1,97$ ), artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan variabel *self reward* memiliki nilai  $t_{hitung}$   $t_{hitung}$  5,410 yang lebih besar dibandingkan nilai  $t_{tabel}$   $t_{tabel}$  1,97 ( $5,410 > 1,97$ ), artinya variabel independent secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

## UJI F

Berdasarkan hasilnya dapat diketahui nilai signifikannya yakni 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan  $f_{hitung}$  sebesar 17,968. Sedangkan  $f_{tabel}$  didapat menggunakan rumus  $df = (n-k-1) = 393-2-1 = 390$  maka dihasilkan  $f_{tabel}$  3,02. Sehingga  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $17,968 > 3,02$ ) artinya terdapat pengaruh doom spending ( $X_1$ ) dan self reward ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Y) secara signifikan.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data melalui SPSS 26, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Doom spending* dan *self reward* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi pada gen z di Kecamatan Lamongan.
2. *Doom spending* dan *self reward* berpengaruh secara simultan terhadap pengelolaan keuangan pribadi.
3. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi adalah *Self Reward* ( $X_2$ ) dengan nilai 0.174.

## Daftar Pustaka

- Bloomberg (2024). Jadi Tren Anak Muda, Apa itu Doom Spending. <https://klasika.kompas.id/baca/apa-itu-doom-spending/>.
- Febri & Kartiko (2023). Pengaruh literasi keuangan, perencanaan keuangan dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. *Value Added : Majalah Ekonomi & Bisnis*, 19, 2580-2863.
- Hamzah, Handri & Meirani (2023). Pengaruh kontrol diri dan self reward terhadap pengelolaan keuangan pribadi pada generasi z di RW 12 Kelurahan Dago,

Kecamatan Coblong kota Bandung. *Bandung Conference Series : Bussines and Management*, 3, 2828-2531.

Inez (2022). Pilih Self Reward Harus Bijak Agar Tidak Rugi. Diakses pada 16 November 2024. <https://mediaindonesia.com/humaniora/467283/pilih-self-reward-harus-bijak-agar-tidak-rugi>.

Nur Aeni (2023). Self Reward adalah: Manfaat, Contoh dan Tips-Tipsnya. Diakses pada 19 November 2024. <https://ngalup.co/artikel/self-reward-adalah/>.

Rainer (2023). Sensus BPS : Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z. Diakses pada 20 November 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>.

Vhalery (2021). Self reward dan self punishment untuk pengelolaan uang saku dan aplikasi fintech. *Education & Economics Science Meet*, 1, 2798-6136.

Wahyuni (2024). Kata Pakar Soal Fenomena *Doom Spending* yang Lagi Ngetren di Anak Muda. Diakses pada 15 November 2024. <https://www.detik.com /jatim/berita/d-7565784/kata-pakar-soal-fenomena-doom-spending-yang-lagi-ngetren-di-anak-muda>.

Wahyuni & Setyawati (2020). Pengaruh *sales promotion*, *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada e-commerce shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2, 144-154.

Wahyuningsari, Hamzah, Nabilatul & Arofah (2022). Maraknya hedonisme berkedok self reward. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2, 7-11.