

Di Balik Tap and Pay: Studi Fenomenologi Perilaku Konsumtif Generasi Y dan Z dalam Era Digital Payment Berdasarkan Teori Mental Accounting

Ariqah Fakhirah^{1*}, Andika Pramukti², Fifi Nurafifah Ibrahim³

ariqahfakhirahaziz@gmail.com^{1*}, andika.pramukti@umi.ac.id², fifinurafifah.ibrahim@umi.ac.id³

^{1*}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perilaku konsumen generasi Y dan Z di era pembayaran digital berdasarkan teori mental accounting. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pola perilaku konsumen antara Generasi Y dan Generasi Z dalam penggunaan pembayaran digital. Generasi Y cenderung memiliki sistem pembukuan mental yang lebih terstruktur dengan memisahkan penggunaan uang berdasarkan sumber dan tujuan, sehingga pengelolaan pengeluaran relatif lebih terkendali. Sebaliknya, Generasi Z menunjukkan batas pembukuan mental yang lebih lemah, ditandai dengan tidak adanya pemisahan sumber dana dan kecenderungan tinggi untuk konsumsi impulsif akibat kemudahan transaksi dan pengaruh promosi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kedewasaan mental accounting memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen di era pembayaran digital.

Kata Kunci: *Digital Payment*; *Mental Accounting*; Generasi Y dan Z.

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Perubahan lanskap transaksi keuangan di era *digital* telah membawa implikasi besar terhadap perilaku ekonomi generasi muda, khususnya Generasi Y dan Z. Meskipun *digital payment* menawarkan efisiensi, kenyamanan, dan inklusivitas, fenomena ini juga menciptakan tantangan baru dalam bentuk perilaku konsumtif yang tidak terkendali, penurunan kesadaran finansial, serta pengaburan batas antara kebutuhan dan keinginan. Penelitian ini menjadi penting karena belum banyak studi yang secara mendalam menggali dimensi psikologis dan sosial di balik penggunaan *digital payment* dengan pendekatan fenomenologis, terutama melalui lensa teori *mental accounting*.

Teori *mental accounting* yang menjelaskan bahwa uang digital cenderung dianggap sebagai "bukan uang nyata" tidak selalu sejalan dengan

temuan empiris di Indonesia, di mana sebagian penelitian justru menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* lebih banyak diarahkan pada kebutuhan riil. Hasil penelitian yang saling bertentangan ini dan minimnya kajian tentang pengaruh budaya digital seperti promosi, gaya hidup, dan *flexing* terhadap pengelolaan keuangan, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif generasi muda tidak dapat dijelaskan hanya dengan teori yang ada. Oleh karena itu, dibutuhkan penelitian fenomenologis untuk memahami bagaimana Generasi Y dan Z benar-benar memaknai dan merasakan penggunaan *tap and pay* dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini diharapkan mampu mengisi gap tersebut dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika *mental accounting* dalam era digital.

Mental accounting adalah salah satu pilar utama dalam bidang ekonomi perilaku, yang diperkenalkan oleh Richard Thaler (1985,1999). Teori ini menentang asumsi ekonomi tradisional bahwa uang bersifat sepenuhnya *fungible* (dapat dipertukarkan), yaitu bahwa satu dolar bernilai sama dengan satu dolar lainnya, terlepas dari sumber atau tujuannya. Sebaliknya, Thaler berpendapat bahwa individu secara kognitif mengorganisir dan mengevaluasi aktivitas keuangan mereka dengan nilai dan membagi uang ke dalam "akun-akun mental" yang terpisah. Akun-akun ini dibingkai berdasarkan sumber pendapatan (misalnya, gaji, bonus, hadiah, pengembalian pajak), tujuan pengeluaran (misalnya kebutuhan sehari-hari, hiburan, tabungan, investasi), atau bahkan cara perolehan dana. Setiap akun mental memiliki aturan dan kriteria pengeluaran sendiri yang dapat memengaruhi keputusan keuangan seseorang, seringkali mengarah pada keputusan yang tidak rasional dari perspektif ekonomi standar. Dalam konteks penggunaan *digital payment*, konsumen cenderung kurang merasakan "kehilangan" uang secara fisik karena transaksi tidak melibatkan uang tunai. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya distorsi pengelolaan keuangan dan mendorong perilaku konsumtif, terutama pada generasi yang sudah terbiasa dengan teknologi seperti Generasi Y (*Millennial*) dan Z (*Post-Millennial*). Thaler menyatakan bahwa *mental accounting* dapat menjelaskan mengapa orang bersedia membelanjakan lebih banyak uang saat menggunakan kartu kredit atau dompet digital dibandingkan dengan uang tunai.

Konsumtif berasal dari bahasa Inggris *consumptive* yang berarti sifat mengkonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu, berperilaku boros untuk mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan (Effendi, 2016). Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi, hal ini dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja), dimana orang yang terjebak di dalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan.

Suatu era dapat berupa kumpulan individu-individu yang memiliki usia yang sama dan perjumpaan otentik yang sama. McCrindle dan Wolfinger dalam Csobanka, Z, E, berpendapat bahwa pertemuan individu yang lahir dalam periode otentik yang sama, pengetahuan teknologi dan keterlibatan

yang dapat diverifikasi. Perbedaan antar zaman biasanya menjadi penyebab utama, terutama permasalahan dalam bekerja, hidup bersama, dan berkomunikasi satu sama lain. Kontras dalam inspirasi, pengembalian pilihan, kecenderungan berbelanja, dan perilaku pelanggan di antara era-era ini. Era generasi Z sering disingkat dengan Gen Z, bahkan kadang disebut Gen I atau iGen. Pengambilannya mungkin berupa tabel pengelompokan generasi yang disetujui oleh beberapa ahli.

Digital payment atau pembayaran digital, didefinisikan sebagai sistem pembayaran yang memfasilitasi transaksi keuangan secara elektronik tanpa melibatkan penggunaan uang tunai fisik (Saputra, 2019). Metode ini memanfaatkan media elektronik seperti internet, perangkat seluler, atau jaringan khusus untuk mentransfer dana antarpihak, memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam setiap transaksi (Zetzsche et al. 2020). Konsep ini mencakup beragam instrumen yang telah diadopsi secara luas di era modern, dari transaksi peer-to-peer hingga pembayaran di titik penjualan, yang secara fundamental mengubah cara individu berinteraksi dengan uang dan barang. Evolusi digital payment juga di dorong oleh ekosistem Fintech yang semakin berkembang, menawarkan solusi keuangan yang inovatif dan terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari (Jurnal Al Qardh, 2019).

Dalam konteks tap and pay, transaksi dilakukan cukup dengan menyentuhkan kartu atau gawai ke mesin pembaca. Kemudahan ini mendorong kenyamanan dan efisiensi, namun juga dapat berdampak terhadap pola konsumsi. Soman (2001) menunjukkan bahwa bentuk pembayaran yang kurang "terasa" secara fisik dapat melemahkan kontrol terhadap pengeluaran.

Metode Analisis

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan jenis metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam pengalaman hidup (lived experience), persepsi dan makna subjektif yang diberikan oleh Generasi Y dan Z terhadap penggunaan digital payment dan bagaimana hal tersebut memengaruhi perilaku konsumtif mereka

Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian fenomenologi ini adalah wawancara mendalam (in-depth interview). Wawancara ini dirancang untuk menciptakan ruang dimana partisipan dapat dengan bebas dan rinci menceritakan lived experience mereka, memungkinkan penelitian untuk menggali persepsi, emosi, dan makna subjek yang terkait dengan penggunaan digital payment dan dampaknya pada perilaku konsumtif

Peneliti mengambil 1 atau informan sebagai subjek dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber ialah 2 generasi Y dan 2 generasi Z yang merupakan individu yang berperan langsung dalam permasalahan yang menjadi fokus penelitian, serta memiliki pengetahuan teknis dan pemahaman yang mendalam mengenai isu yang dikaji. Informan ini dipilih karena keterlibatannya secara langsung dengan konteks permasalahan, sehingga

dapat memberikan data yang rinci, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Hasil

Tabel 1 Hasil Wawancara Gen Y

Pertanyaan Wawancara	Generasi Y	
	Informan 1	Informan 2
Bagaimana kebiasaan Anda dalam menggunakan digital payment (<i>e-wallet</i> , <i>QRIS</i> , <i>paylater</i> , <i>kartu digital</i>) untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun keinginan?	Saya menggunakan <i>digital payment</i> hampir setiap hari untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti membeli makanan, membayar tagihan, dan melakukan transaksi transportasi. <i>Digital payment</i> saya anggap praktis dan efisien. Selain itu, saya juga menggunakannya untuk memenuhi keinginan tertentu, namun tetap mempertimbangkan prioritas kebutuhan.	Saat ini, hampir seluruh transaksi saya dilakukan menggunakan <i>digital payment</i> . Mulai dari membeli sarapan, membayar parkir, hingga memesan makanan secara daring. Metode ini dinilai lebih praktis dan cepat. Namun, untuk pembelian yang bersifat keinginan, saya tetap mempertimbangkannya terlebih dahulu dan tidak langsung melakukan pembelian.
Apakah Anda membedakan penggunaan uang berdasarkan sumbernya (misalnya gaji, bonus, <i>cashback</i> , atau saldo <i>e-wallet</i>)? Jelaskan alasannya.	Ya, saya membedakan penggunaan uang berdasarkan sumbernya. Penghasilan utama saya alokasikan untuk kebutuhan pokok, tabungan, dan investasi. Sementara itu, bonus, <i>cashback</i> , atau saldo <i>e-wallet</i> saya perlakukan sebagai dana tambahan yang biasanya digunakan untuk kebutuhan sekunder atau hiburan.	Biasanya saya membedakan penggunaan uang berdasarkan sumbernya. Gaji digunakan untuk kebutuhan utama dan ditabung karna bersifat rutin. Bonus diperlakukan lebih <i>fleksibel</i> , biasanya untuk keperluan pribadi atau sebagai hadiah bagi diri sendiri. <i>Cashback</i> dianggap keuntungan sehingga digunakan untuk keperluan kecil. Sementara saldo <i>e-</i>

		wallet digunakan untuk transaksi harian karna praktis.
Bagaimana cara Anda mengatur anggaran ketika bertransaksi menggunakan digital payment dibandingkan dengan pembayaran tunai?	Dalam penggunaan pembayaran tunai, saya cenderung lebih berhati-hati karena pengeluaran terasa lebih nyata. Sementara itu, pada <i>digital payment</i> , saya membatasi jumlah saldo yang tersedia agar pengeluaran tetap terkendali. Dengan cara tersebut, saya berusaha menjaga agar anggaran tetap sesuai dengan perencanaan.	Penggunaan uang tunai membuat pengeluaran terasa lebih nyata. Sebaliknya, saat menggunakan <i>digital payment</i> , pengeluaran sering kali terasa lebih cepat. Oleh karena itu, saya membatasi jumlah saldo pada e-wallet agar pengeluaran tetap terkendali meskipun menggunakan pembayaran digital.
Apakah kemudahan digital payment (promo, cashback, paylater) memengaruhi keputusan Anda untuk berbelanja lebih sering atau membeli barang yang sebenarnya tidak direncanakan?	Kemudahan <i>digital payment</i> , seperti adanya promo dan cashback, memang memengaruhi keputusan berbelanja. Terkadang saya terdorong untuk membeli barang yang sebelumnya tidak direncanakan. Namun, saya tetap berupaya mengontrol frekuensi pembelian agar tidak berlebihan.	Kemudahan <i>digital payment</i> memang memiliki pengaruh, terutama ketika terdapat promo atau diskon. Namun, karena memiliki penghasilan tetap, saya tetap mempertimbangkan apakah pengeluaran tersebut sesuai dengan anggaran yang telah direncanakan
Menurut Anda, apakah penggunaan <i>digital payment</i> membuat Anda lebih boros atau justru lebih terkontrol dalam mengelola pengeluaran? Jelaskan pengalaman Anda.	Menurut saya, penggunaan digital payment dapat menyebabkan perilaku konsumtif apabila tidak diatur dengan baik. Namun, dengan pengelolaan anggaran yang jelas dan kesadaran diri, penggunaan <i>digital payment</i> justru dapat	Penggunaan <i>digital payment</i> bergantung pada cara pengelolaannya. Jika tidak diatur dengan baik, hal tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif. Namun, dengan adanya perencanaan dan pembatasan, digital payment justru

	membantu saya menjadi lebih terkontrol dalam mengelola pengeluaran.	dapat membantu mengelola pengeluaran secara lebih terkontrol melalui pemantauan riwayat transaksi.
--	---	--

Tabel 2 Hasil Wawancara Gen Z

Pertanyaan Wawancara	Generasi Z	
	Informan 1	Informan 2
Bagaimana kebiasaan Anda dalam menggunakan <i>digital payment</i> (<i>e-wallet</i> , <i>QRIS</i> , <i>paylater</i> , kartu <i>digital</i>) untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun keinginan?	Saya menggunakan <i>digital payment</i> hampir setiap hari. Pembelian makanan ringan, kopi, dan pemesanan makanan dilakukan menggunakan <i>e-wallet</i> . Saat ini, saya sudah jarang menggunakan uang tunai.	Saya hampir tidak pernah menggunakan uang tunai. Seluruh transaksi dilakukan menggunakan <i>e-wallet</i> , baik untuk membeli kopi, makanan ringan, maupun berbelanja secara daring. <i>Digital payment</i> lebih sering saya gunakan untuk memenuhi keinginan karena dinilai sangat mudah dan praktis.
Apakah Anda membedakan penggunaan uang berdasarkan sumbernya (misalnya gaji, bonus, <i>cashback</i> , atau saldo <i>e-wallet</i>)? Jelaskan alasannya.	Jarang membedakan, tapi biasanya Saldo <i>e-wallet</i> atau <i>cashback</i> sering saya anggap sebagai dana tambahan sehingga lebih mudah digunakan, sedangkan uang utama digunakan setelah saldo <i>e-wallet</i> atau <i>cashback</i> saya sudah habis.	Saya tidak terlalu membedakan penggunaan uang berdasarkan sumbernya. Baik uang gaji, uang kiriman, maupun <i>cashback</i> semuanya disimpan dalam satu <i>e-wallet</i> . Selama saldo masih tersedia, saya merasa dapat menggunakannya tanpa mempertimbangkan sumber dana secara khusus."
Bagaimana cara Anda mengatur anggaran ketika bertransaksi menggunakan <i>digital payment</i> dibandingkan dengan pembayaran tunai?	Secara jujur, saya jarang mengatur anggaran secara rinci. Saya cenderung menggunakan <i>digital payment</i> terlebih dahulu dan mengevaluasi	Pengaturan anggaran tidak saya lakukan secara ketat. Saya biasanya hanya melihat sisa saldo; selama saldo masih tersedia, transaksi tetap dilakukan. Karena jarang menggunakan uang

	<p>pengeluaran setelahnya. Penggunaan uang tunai terasa lebih nyata, sedangkan pembayaran digital membuat pengeluaran terasa lebih cepat.</p>	<p>tunai, saya lebih terbiasa melakukan pembayaran secara digital</p>
<p>Apakah kemudahan <i>digital payment</i> (promo, <i>cashback</i>, <i>paylater</i>) memengaruhi keputusan Anda untuk berbelanja lebih sering atau membeli barang yang sebenarnya tidak direncanakan?</p>	<p>Promo dan fitur <i>paylater</i> sangat memengaruhi keputusan saya dalam berbelanja. Adanya promo atau gratis ongkos kirim sering mendorong pembelian spontan. Fitur <i>paylater</i> juga terkadang saya gunakan karena terasa ringan saat pembayaran, meskipun berpotensi menimbulkan akumulasi tagihan di kemudian hari.</p>	<p>Kemudahan <i>digital payment</i> sangat memengaruhi keputusan pembelian saya. Adanya promo atau gratis ongkos kirim sering mendorong saya untuk melakukan pembelian secara spontan. Terkadang saya baru menyadari bahwa barang tersebut sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan setelah transaksi dilakukan.</p>
<p>Menurut Anda, apakah penggunaan <i>digital payment</i> membuat Anda lebih boros atau justru lebih terkontrol dalam mengelola pengeluaran? Jelaskan pengalaman Anda.</p>	<p>Penggunaan <i>digital payment</i> cenderung membuat saya lebih boros karena kemudahannya dan minimnya rasa pengeluaran. Namun demikian, saat ini saya mulai mempelajari cara mengatur keuangan agar pengeluaran dapat lebih terkendali.</p>	<p>Secara jujur, penggunaan <i>digital payment</i> membuat saya cenderung lebih boros. Hal ini disebabkan oleh minimnya rasa kehilangan uang saat bertransaksi, sehingga sering terjadi pembelian spontan. Kesadaran untuk berhenti biasanya muncul ketika saldo sudah menipis.</p>

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara, Informan Generasi Y 1 memiliki dua sumber pendapatan, yaitu gaji utama sebesar ±Rp5.000.000 per bulan dan pendapatan tambahan berupa bonus atau *cashback* sekitar ±Rp500.000 per bulan. Total

pendapatan informan mencapai ±Rp5.500.000 per bulan. Gaji utama dialokasikan untuk kebutuhan sehari-hari dan tabungan, sedangkan pendapatan tambahan dimanfaatkan untuk kebutuhan sekunder dan hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa informan membedakan penggunaan uang berdasarkan sumber pendapatan yang diterima.

Sementara itu, berdasarkan hasil wawancara dengan Informan Generasi Z 1 memiliki satu sumber pendapatan utama berupa uang jajan dari orang tua sebesar ±Rp2.000.000 per bulan, serta pendapatan tambahan dari cashback dan promo sekitar ±Rp300.000 per bulan. Total pendapatan informan sekitar ±Rp2.300.000 per bulan. Seluruh pendapatan digabung dalam satu e-wallet dan sebagian besar digunakan untuk konsumsi harian dan pemenuhan keinginan, dengan alokasi tabungan yang belum terencana.

Generasi Y menunjukkan kecenderungan memiliki struktur mental accounting yang lebih jelas. Hal ini terlihat dari kebiasaan memisahkan penggunaan uang berdasarkan sumbernya, seperti gaji utama, bonus, dan cashback. Uang gaji umumnya dialokasikan untuk kebutuhan rutin, tabungan, dan kewajiban finansial, sedangkan uang tambahan diperlakukan sebagai dana fleksibel untuk konsumsi non-esensial. Pola ini menunjukkan adanya proses pengendalian diri (self-control) yang relatif lebih kuat, sebagaimana dijelaskan oleh Thaler bahwa mental accounting berfungsi sebagai alat psikologis untuk membatasi pengeluaran dan menjaga stabilitas keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Nuha 2024) yang menekankan bahwa konsep mental accounting membantu generasi milenial dalam merencanakan anggaran dan pengambilan keputusan keuangan secara lebih terstruktur dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, skripsi oleh (Farhana 2024) menunjukkan bahwa mental accounting dan self-control berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa, termasuk dalam mengelola alokasi dana untuk kebutuhan versus gaya hidup, yang mencerminkan adanya pembagian mental terhadap kategori penggunaan uang.

perbedaan respons antara Generasi Y dan Generasi Z terhadap promo digital mencerminkan perbedaan kekuatan mental accounting, di mana Generasi Y masih mampu menggunakan anggaran sebagai alat kontrol, sementara Generasi Z lebih rentan terhadap bias psikologis berupa house money effect dalam ekosistem pembayaran digital, yang pada akhirnya meningkatkan risiko perilaku pembelian impulsif.

Hasil analisis berdasarkan teori mental accounting menunjukkan adanya perbedaan pola pengelolaan dan penggunaan keuangan antara kedua generasi. Generasi Y cenderung memiliki struktur mental accounting yang lebih matang, sehingga mampu mengelola pengeluaran secara lebih terkontrol meskipun berada dalam lingkungan transaksi digital yang serba mudah. Sebaliknya, Generasi Z menunjukkan batas mental accounting yang lebih lemah, yang berdampak pada meningkatnya kecenderungan konsumsi impulsif akibat kemudahan transaksi serta pengaruh promo dan insentif digital. Temuan ini menegaskan bahwa kekuatan mental accounting berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif di era pembayaran digital.

Hasil penelitian ini mengimplikasikan perlunya penguatan literasi keuangan yang menekankan pembentukan mental accounting yang

terstruktur, khususnya bagi Generasi Z, melalui edukasi penganggaran digital, pemisahan alokasi dana, dan peningkatan kesadaran terhadap bias psikologis dalam penggunaan digital payment.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara Generasi Y dan Generasi Z dalam penggunaan digital payment. Generasi Y cenderung memiliki struktur mental accounting yang lebih matang, sehingga pengelolaan pengeluaran relatif lebih terkontrol meskipun berada dalam lingkungan transaksi digital yang mudah dan cepat. Sebaliknya, Generasi Z menunjukkan batas mental accounting yang lebih lemah, yang tercermin dari tingginya kecenderungan konsumsi impulsif akibat kemudahan transaksi serta pengaruh promo dan insentif digital. Temuan ini menunjukkan bahwa mental accounting berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif individu di era pembayaran digital.

Daftar Pustaka

- Ariely, Dan, and Michael I. Norton. (2009). "Conceptual Consumption." *Annual Review of Psychology* 60:475–99.
- BANK INDONESIA. (2020). "Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)." <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/QRIS/default.aspx>.
- Fitriani, R., & Dewi, A. S. (2022). Self-control keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z pengguna dompet digital. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 11(2), 145–158.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nadhifah, Hafsyah Afra, Muhammad Arif, Budiman Sucipto, Hanung Sudibyo, Universitas Pancasakti Tegal, and Muhamad Arif. (2024). "Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pancasakti." *Jurnal Fokus Konseling* 10(1):17–27. doi:10.52657/JFK.V10I1.2195.
- Nuha, S. U., dkk. (2024). The concept of mental accounting as the spirit of personal financial management for millennial women. *Skripsi Sarjana*. Universitas Negeri Malang.
- Rahadi, Raden Aswin, Nindya Resti Ramadhani Putri, Subiakto Soekarno, Sylviana Maya Da-Mayanti, Isrochmani Murtaqi, and Jumadil Saputra. (2021). "Analyzing Cashless Behavior among Generation z in Indonesia." *International Journal of Data and Network Science* 5(4):601–12. doi:10.5267/j.ijdns.2021.8.007.
- Ramadhan, M. A. (2022). Peran mental accounting dalam pengambilan keputusan keuangan mahasiswa di era digital (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar). Repository UIN Alauddin Makassar.