

Pengaruh budaya instan terhadap perilaku keuangan gen z: Studi pada kesadaran risiko dan pemanfaatan bank syariah

Laila Mar'atus Sholikhah

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Idlam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: Lmaratus45@gmail.com

Kata Kunci:

Budaya instan, gen z, kesadaran risiko, perilaku keuangan, bank syariah.

Keywords:

Instant culture, gen z, risk awareness, financial behavior, islamic banking.

ABSTRAK

Era digital telah membentuk budaya instan yang sangat memengaruhi pola pikir dan perilaku Generasi Z (Gen Z), terutama dalam pengambilan keputusan jangka panjang. Budaya instan mendorong keinginan untuk hasil cepat dan kepuasan sesaat, yang berdampak pada rendahnya kesadaran risiko jangka panjang, khususnya dalam perilaku keuangan. Studi ini bertujuan untuk mengkaji karakteristik budaya instan di kalangan Gen Z dan implikasinya terhadap perencanaan keuangan, pengelolaan risiko, serta minat terhadap layanan keuangan syariah. Melalui pendekatan deskriptif-kualitatif dengan analisis literatur,

ditemukan bahwa budaya instan berkontribusi terhadap pola konsumsi impulsif, minimnya perencanaan finansial, dan tekanan psikologis akibat ekspektasi kesuksesan instan. Namun, terdapat peluang bahwa nilai-nilai keuangan syariah seperti keadilan, transparansi, dan keberlanjutan dapat menjadi solusi alternatif dalam membentuk perilaku keuangan Gen Z yang lebih sadar risiko dan berorientasi jangka panjang. Hasil kajian ini diharapkan menjadi acuan dalam penyusunan strategi literasi keuangan syariah yang adaptif terhadap karakteristik digital dan psikologis Gen Z..

ABSTRACT

The digital era has formed an instant culture that greatly influences the mindset and behavior of Generation Z (Gen Z), especially in long-term decision making. Instant culture encourages the desire for quick results and instant gratification, which has an impact on low long-term risk awareness, especially in financial behavior. This study aims to examine the characteristics of instant culture among Gen Z and its implications for financial planning, risk management, and interest in Islamic financial services. Through a descriptive-qualitative approach with literature analysis, it was found that instant culture contributes to impulsive consumption patterns, minimal financial planning, and psychological stress due to expectations of instant success. However, there is an opportunity that Islamic financial values such as fairness, transparency, and sustainability can be an alternative solution in shaping the financial behavior of Gen Z to be more risk-aware and long-term oriented. The results of this study are expected to be a reference in developing an Islamic financial literacy strategy that is adaptive to the digital and psychological characteristics of Gen Z.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Pada era digital yang serba cepat dan penuh perubahan ini, budaya instan telah menjadi fenomena sosial yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan Generasi Z (Gen Z). Generasi Z merupakan kelompok yang paling terdampak oleh adanya fenomena di era digital ini. Generasi Z mengacu pada individu yang lahir kira-kira antara pertengahan tahun 1990-an hingga awal tahun 2010-an, yang ditandai dengan nilai-nilai unik, keterampilan, dan harapan mereka jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Fotaleno & Batubara, 2024). Generasi Z ini tumbuh pada lingkungan yang serba cepat, dimana lingkungan yang dipenuhi dengan kemajuan teknologi informasi dan media sosial, yang menampilkan gaya komunikasi yang santai, cepat, kreatif seperti penggunaan bahasa gaul dan juga emotikon dalam berkomunikasi (Rufaid, 2023). Salah satu ciri dominan tersebut, yang menjadi pengaruh terhadap pola pikir, gaya hidup, serta perilaku Gen Z dalam berbagai aspek kehidupan. Budaya instan dan serba cepat inilah yang memunculkan keinginan untuk memperoleh hasil, kepuasan, maupun solusi secara cepat dan praktis tanpa banyak menunggu ataupun melalui proses yang lama (Salsabila et al., 2024).

Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, budaya instan seperti ketergantungan terhadap teknologi ini dapat mengurangi kemampuan Gen Z dalam membangun keterampilan sosial yang esensial, seperti memahami perasaan orang lain (empati), kerja sama, serta kemampuan dalam menyelesaikan konflik membawa tantangan cukup serius yang merupakan sebuah risiko jangka panjang (Nur Miyazaki et al., 2024). Tidak hanya itu, kesadaran risiko jangka panjang merujuk pada kemampuan individu untuk mengenali, mengevaluasi, dan mengelola potensi dampak negatif dari keputusan yang diambil pada masa depan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk perilaku keuangan.

(Ningtyas et al., 2024) menegaskan bahwa keputusan investasi generasi Z dipengaruhi secara signifikan oleh faktor-faktor yang berkembang melalui media sosial. Sebagai generasi yang tumbuh dalam ekosistem yang serba cepat, dibentuk oleh budaya instan yang mendorong kepuasan sesaat dan pola konsumsi pragmatis. Kemudahan dan kecepatan terhadap akses informasi, transaksi, dan hiburan menyebabkan kecenderungan untuk menghindari proses yang menuntut waktu, dan pertimbangan. Pola pikir ini berpotensi memengaruhi cara Gen Z memandang perencanaan keuangan jangka panjang dan pengelolaan risiko, termasuk dalam hal investasi, tabungan, dan pengambilan keputusan ekonomi lainnya.

Kehadiran bank syariah dalam hal ini menawarkan solusi alternatif terhadap sistem keuangan yang tidak hanya berbasis pada keuangan materi, tetapi juga menekankan prinsip kehati-hatian, keberlanjutan dan nilai-nilai etika yang sesuai dengan prinsip syariah. Produk dari bank syariah sendiri telah berlandaskan pada prinsip bagi hasil, keadilan, dan larangan terhadap riba dapat menjadikan sebuah sarana edukatif dalam membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab dan berorientasi jangka Panjang. Hal ini memunculkan pertanyaan mengenai sejauh mana nilai-nilai bank syariah dapat selaras dengan preferensi dan karakteristik Gen Z yang cenderung terpengaruh oleh budaya instan.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji fenomena budaya instan di kalangan Gen Z dari mengidentifikasi karakter budaya instan Gen Z serta mengkaji pengaruh budaya instan terhadap perilaku keuangan Gen Z, dengan fokus pada kesadaran risiko jangka Panjang dan kecenderungan dalam memanfaatkan layanan bank syariah. Dengan demikian, Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang membantu mempersiapkan generasi muda menghadapi masa depan dengan penuh kesiapan dan kecermatan dalam merumuskan strategi literasi keuangan syariah yang lebih adaptif dan responsive terhadap karakteristik sosial dan psikologis Gen Z di era yang derba digital ini.

Pembahasan

Mengidentifikasi Karakteristik Budaya Instan di Kalangan Gen Z

Budaya instan merupakan cerminan terhadap dorongan atas cara berpikir dan berperilaku yang lebih mengutamakan hasil secara cepat melalui proses yang singkat dan minim rintangan (Budiarmaja, 2022). Bagi Generasi Z, budaya ini bukan sekadar gaya hidup, melainkan sudah menjadi bagian dari identitas sosial dan juga psikologis yang dibentuk oleh lingkungan digital yang serba cepat dan terkoneksi. Memahami secara mendalam karakteristik yang ada pada Gen Z terhadap budaya instan menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana pola pikir dan perilaku mereka terbentuk, serta dampak terhadap cara mereka dalam membuat Keputusan dan menjalin hubungan sosial. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), karakteristik merupakan sebuah tanda atau ciri yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu hal. Karakteristik dapat diartikan juga sebagai sesuatu membedakan satu hal dengan lainnya (Setiawan et al., 2024).

Salah satu ciri yang mencolok yang melekat pada Gen Z ini tercermin dalam kebiasaan individu untuk mengambil Keputusan secara cepat dan impulsif, tanpa adanya pertimbangan mendalam yang dilalui atau analisis risiko yang memadai (Salsabila et al., 2024). Lingkungan digital yang serba cepat dan menawarkan kemudahan instan, seperti belanja online hanya dengan sekali klik atau mengikuti beberapa tren tanpa adanya riset yang dilakukan terlebih dahulu. Hal tersebut mendorong kebiasaan yang memberikan dampak negative yang serius, terutama jika menyangkut hal yang penting seperti kesehatan mental, pendidikan, dan keuangan. pentingnya penanaman empati digital di era society 5.0 sebagai upaya membangun interaksi sosial yang sehat dan beretika dalam lingkungan digital (Fitriani et al., 2022).

Salah satu ciri yang menonjol dari budaya instan yakni keinginan Gen Z dalam meraih kesuksesan dengan cepat serta pola konsumsi informasi yang serba cepat dan visual. Berbeda dengan generasi sebelumnya dimana cenderung menghargai sebuah proses Panjang dan pengalaman berliku dalam mencapai tujuan, Gen Z lebih megharapkan pencapaian yang instan dan nyata dalam waktu yang singkat, mereka terbiasa menerima informasi secara terfrakmentasi tanpa mendalami konteks, sehingga mereka lebih tertarik pada konten yang cepat dan langsung berdampak secara emosional, dibanding dengan konten yang penjang yang butuh waktu untuk dipahami atau dinikmati. Kebiasaan inilah yang memperkuat pola piker serba instan (Hafiz &

Haqqi, 2025). Hal ini banyak dipengaruhi oleh eksposur mereka terhadap kisah-kisah viral kesuksesan yang banyak ditampilkan di media sosial seperti konten dari para influencer yang meraih penghasilan besar dengan cepat. Hal tersebut mendorong ekspektasi generasi Z untuk mencari jalan pintas dan solusi cepat, yang terkadang mengabaikan tahapan penting dalam proses pengembangan diri dan pematangan pengalaman. Kondisi ini mendorong kecenderungan mengambil Keputusan secara impulsif, seperti membeli produk secara spontan atau mengikuti tren tanpa pertimbangan matang, atau sering disebut dengan istilah “fomo”, yang dapat berisiko pada aspek penting kehidupan seperti Pendidikan dan keuangan (Sari et al., 2024).

Di sisi lain, kebutuhan akan grafikasi melalui like dan komentar juga memperkuat dorongan psikologis untuk merasa diakui secara instan, namun berisiko memunculkan kecanduan dan tekanan sosial berkepanjangan. Budaya ini tidak berdiri sendiri, melainkan dibentuk oleh lingkungan digital yang didorong melalui algoritma yang ada dan juga tekanan sosial untuk selalu relevan di dunia maya. Akumulasi faktor-faktor ini menjadikan budaya instan sebagai pola hidup dominan di kalangan Gen Z, yang sering kali mengabaikan pentingnya proses dan ketahanan jangka panjang.

Analisis Dampak Budaya Instan terhadap Kesadaran Risiko Jangka Panjang

Budaya instan yang berkembang di kalangan Generasi Z telah memengaruhi pola pikir mereka, menggeser fokus dari perencanaan jangka panjang dan strategis menuju pencapaian hasil yang cepat dan instan. Hal ini berdampak pada penurunan kemampuan mereka dalam mempertimbangkan risiko dan konsekuensi dari keputusan yang diambil. Menurut (Rahayu et al., 2024) pengendalian pola pikir dan emosi merupakan langkah penting dalam menjaga keseimbangan diri serta meningkatkan kualitas hidup individu. Dalam konteks keuangan, misalnya, Generasi Z cenderung melakukan pengeluaran konsumtif yang berlebihan atau investasi tanpa riset memadai karena terburu-buru ingin memperoleh keuntungan cepat (A. I. C. Putri, 2021). Dalam konteks pendidikan dan karier, mereka mungkin mengambil keputusan perubahan jurusan atau pekerjaan secara impulsif tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang terhadap perkembangan karier mereka (Sa’adah et al., 2025). Selain itu, budaya instan juga berdampak pada pengembangan disiplin dan kesabaran sebagai dua elemen penting dalam manajemen risiko jangka panjang. Dalam budaya yang menuntut kepuasan cepat, Generasi Z kurang terbiasa menghadapi proses yang berkelanjutan dan memerlukan waktu yang cukup lama untuk mencapai tujuan (Rodliyah, 2024). Kurangnya kesabaran ini berpotensi melemahkan motivasi dan ketahanan mereka dalam menghadapi tantangan jangka panjang serta mengabaikan kemungkinan risiko yang memerlukan perhatian dan penanganan berkelanjutan (Murnitasari et al., 2024).

Selain dari aspek keputusan dan perencanaan, budaya instan juga dapat berdampak negatif terhadap kesehatan mental dan emosional Generasi Z. Ekspektasi untuk selalu cepat meraih kesuksesan dan kepuasan dapat menimbulkan tekanan psikologis yang besar apabila harapan tersebut tidak terpenuhi secara instan. Kegelisahan, stres, dan perasaan tidak puas menjadi risiko jangka panjang yang perlu diwaspadai. Kondisi ini seringkali diabaikan karena fokus yang lebih besar pada stimulus sesaat daripada perawatan kesehatan mental yang berkelanjutan (Abdulah et al., 2023). Budaya instan cenderung menghambat kemampuan Generasi Z untuk mengembangkan

kesiapan menghadapi ketidakpastian dan dinamika masa depan yang kompleks. Dengan menomorsatukan hasil instan, mereka kurang siap untuk mengantisipasi perubahan dan risiko yang berkembang secara bertahap. Padahal, dalam dunia yang penuh ketidakpastian, kemampuan untuk merencanakan, mengelola risiko, dan beradaptasi secara proaktif sangatlah krusial (Murnitasari et al., 2024). Kurangnya kesadaran ini dapat menempatkan Generasi Z pada posisi yang lebih rentan terhadap kegagalan dan kerugian yang bisa berdampak pada kualitas hidup jangka panjang.

Perilaku Keuangan Gen Z di Era Digital

Generasi Z yang merupakan generasi digital native yang sangat melekat dengan teknologi sejak usia dini. Hal tersebut yang menjadikan pengaruh terhadap cara mereka dalam berinteraksi dengan uang, melakukan transaksi, hingga pengambilan Keputusan financial. Gen Z cenderung memiliki pola pengeluaran yang lebih fleksibel dan konsumtif, terutama dipengaruhi oleh media sosial dan gaya hidup yang serba cepat (Wibowo & Ayuningtyas, 2024). Dalam melakukan transaksi keuangan saat ini dapat melalui banyak cara lewat platform seperti e-wallet (OVO, GoPay, DANA), QRIS maupun berbagai aplikasi mobile banking. Mereka mengutamakan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi dan itu sejalan dengan karakter budaya instan yang menekankan hasil cepat tanpa proses Panjang (Maulidah et al., 2022). Sebagian besar pengeluaran Gen Z dialokasikan untuk gaya hidup seperti makanan siap saji, hiburan digital, dan belanja e-commerce (Arnoldus et al., 2025). Minimnya penggunaan uang tunai dan pencatatan keuangan membuat kurangnya kesadaran terhadap kontrol pengeluaran dan risiko konsumtif.

Selain pola penggunaan uang yang cenderung konsumtif dan serba digital, kebiasaan menabung dan berinvestasi juga menunjukkan karakteristik yang dipengaruhi oleh gaya hidup instan. Menabung lebih sering dilakukan melalui aplikasi keuangan digital dan motivasi tersebut sering bersifat jangka pendek. Demikian pula dalam investasi, kebanyakan dari mereka tertarik untuk berinvestasi yang memiliki risiko tinggi seperti kripto atau saham karena tren di media sosial, bukan karena pemahaman yang mendalam terhadap risiko (Asyarofah et al., 2023). Selain itu, konsumsi digital turut membentuk perilaku financial Gen Z secara keseluruhan yang disebabkan dari paparan konten para influencer dari beberapa platform seperti tiktok dan Instagram. Hal tersebut sangat mempengaruhi Keputusan belanja tanpa mempertimbangkan rasional. Perubahan perilaku Gen Z dalam manajemen keuangan, menjadi sebuah tantangan tersendiri dalam membentuk kesadaran risiko jangka panjang.

Minat dan pemanfaatan layanan bank syariah

Seiring dengan perkembangan ekosistem keuangan yang semakin digital dan serba cepat, layanan keuangan syariah dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang dalam menarik minat Gen Z sebagai generasi pengguna masa depan. Meski pola pikir Gen Z serta perilaku financialnya banyak dipengaruhi oleh budaya instan. Namun beberapa dari Generasi Z ini, menunjukkan ketertarikan awal terhadap prinsip keuangan syariah yang dinilai lebih etis, transparan, dan sejalan dengan nilai-nilai keagamaan (R. A. Putri, 2016). Ketertarikan terhadap keuangan syariah ini, menjadikan bank syariah sebagai lembaga keuangan yang tidak hanya menghindari riba, tetapi juga menekankan

pada keadilan, kemitraan serta tanggung jawab sosial mulai dipandang oleh kalangan Gen Z (Wahyuni & Sukti, 2025). Bagi Gen Z yang memiliki latar belakang pendidikan agama, prinsip-prinsip ini menjadikan nilai tambah yang dapat meningkatkan kepercayaan terhadap sistem syariah.

Salah satu pendorong utama Gen Z sangat adaptif terhadap perubahan dalam memanfaatkan layanan bank syariah adalah nilai religius dan spiritual yang masih dijunjung tinggi meski berada dalam era modern (Satrio & Iqbal, 2022). Banyak dari mereka yang tetap berusaha menjalani kehidupan sesuai dengan landasan syariah, termasuk dalam aspek financial, sehingga layanan keuangan bebas riba dan spekulasi menjadi pilihan yang relevan untuk menjaga integritas spiritual. Selain itu bank syariah juga dipandang memiliki citra etis dan amanah, dimana sistem bagi hasil mencerminkan prinsip keadilan dan kemitraan, bukan hanya sekedar hubungan antar nasabah dan penyedia jasa. Hal ini sejalan dengan semangat keadilan sosial dan tanggung jawab sosial yang menjadi perhatian besar kalangan muda saat ini. Tak kalah penting, kemampuan bank syariah melakukan inovasi melalui digital layanan seperti mobile banking, QRIS, dan aplikasi syariah menjadi daya tarik bagi Gen Z yang mengutamakan kemudahan dan kecepatan. Minat ini didukung oleh meningkatnya literasi keuangan syariah melalui media sosial, webinar dan edukasi kampus, yang menumbuhkan pemahaman bahwa sistem ini relevan dan rasional (Ikhwan et al., 2024). Dukungan dari keluarga dan komunitas bernilai turut berperan memperkuat preferensi terhadap transaksi keuangan yang halal. Selain itu, kesadaran akan risiko sistem konvensional mendorong Gen Z memilih bank syariah sebagai alternatif yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Budaya instan yang berkembang pesat di era digital telah membentuk pola pikir dan gaya hidup Generasi Z secara signifikan. Kemudahan akses terhadap teknologi dan informasi mendorong Gen Z untuk terbiasa memperoleh hasil secara cepat tanpa melalui proses yang Panjang yang menimbulkan dampak dalam berbagai aspek kehidupan mereka, mulai dari cara berpikir, pengambilan keputusan, hingga perilaku keuangan. Gen Z cenderung bersikap impulsif, minim perencanaan jangka panjang, dan kurang mempertimbangkan risiko dalam setiap keputusan, khususnya dalam hal keuangan dan investasi.

Ketergantungan terhadap gratifikasi instan juga berdampak negatif terhadap kemampuan mereka dalam membangun ketahanan emosional dan menghadapi tantangan jangka panjang, termasuk risiko kesehatan mental. Dalam konteks keuangan, budaya instan menciptakan kebiasaan konsumtif dan pengambilan keputusan keuangan yang kurang bijaksana. Meskipun demikian, terdapat peluang positif melalui minat sebagian Gen Z terhadap nilai-nilai keuangan syariah, yang menekankan prinsip keadilan, etika, dan keberlanjutan. Bank syariah, dengan pendekatan digital yang adaptif dan prinsip spiritual yang kuat, berpotensi menjadi solusi edukatif untuk membentuk perilaku keuangan Gen Z yang lebih sadar risiko dan berorientasi jangka panjang.

Dengan demikian, upaya literasi keuangan khususnya yang berbasis nilai syariah, perlu ditingkatkan agar dapat menjembatani tantangan budaya instan dan membangun generasi muda yang lebih tangguh, bijak, dan siap menghadapi masa depan secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Abdulah, A. Z., Suerni, T., & Nurochmah, E. (2023). Masalah Kesehatan Mental Generasi Z Di Rumah Sakit Jiwa. *Jurnal Keperawatan Jiwa (JKJ): Persatuan Perawat Nasional Indonesia*, 11(2), 267–272. <https://doi.org/10.26714/jkj.12.2.2024.267-272>
- Arnoldus, R. C., Kusumawardhani, R., & Rinofa, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Sikap Keuangan , Locuf of Control dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Kuangan Gen Z di Yogyakarta. *MANKEU Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 14(01), 153–164. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i01.38678>
- Asyarofah, W., Vidiati, C., & Selasi, D. (2023). Pemahaman Berinvestasi Melalui Financial Tecnology (Fintech) Pada Generasi Gen Z. *Journal Of Islamic Digital Economic and Management*, Vol. 1 No.(1), 164–171.
- Budiatmaja, R. (2022). Budaya Karakter Dan Moral Remaja Masa Kini Merupakan Strategi Tepat Pencegahan Korupsi. *The Way Jurnal Teologi Dan Kependidikan*, 8(1), 69–81. <https://doi.org/10.54793/teologi-dan-kependidikan.v8i1.88>
- Fitriani, L., Nida, A. S. A., & Slamet, S. (2022). Penanaman empati digital di era social society 5.0. *Jurnal Pendidikan: Riset Dan Konseptual*, 6(4), 584–592. <http://repository.uin-malang.ac.id/12283/>
- Fotaleno, F., & Batubara, D. S. (2024). Fenomena Kesulitan Generasi Z dalam Mendapatkan Pekerjaan Ditinjau Perspektif Teori Kesenjangan Generasi. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(8), 3199–3208. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i8.1513>
- Hafiz, M., & Haqqi, N. (2025). Exploring generation zÕs fascination with Jakarta art museum through social media contents. *Jurnal Studio Komunikasi*, 9(3), 123–138. <https://doi.org/10.25139/jsk.v9i1.9200>
- Ikhwan, D. A., Adha, M. A., Pambudi, D. S., & Dahlan, U. A. (2024). Regiosity , Digital Marketig and Decision to Become a Bank Syariah Indonesia Customer: Motivation as Moderation. 13(2), 163–181. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i2.1964>
- Maulidah, H., Krisdiyawati, K., & Utami, E. U. S. (2022). Peran Financial Technology Berbasis Digital Payment System E-Wallet dalam Meningkatkan Literasi Keuangan. *Owner*, 6(4), 3324–3332. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1105>
- Murnitasari, A. M., Malika, K. P., W.P, L. A., Amalia, P., Rachmadyna, A., Elyasin, I., & Dewi, L. (2024). Membangun Kekuatan Mental Pada Gen Z Di Era Digital di Panti Baitul Walad Samarinda. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 183–191. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.2089>
- Ningtyas, M. N., Fikriah, N. L., Pradana, A. W. S., & Prista, A. N. (2024). Pengaruh media sosial dan perilaku komunitas online terhadap keputusan investasi dengan literasi keuangan digital sebagai variabel mediasi: Studi pada generasi z Muslim di Indonesia. <https://repository.uin-malang.ac.id/21710/>
- Nur Miyazaki, A. F., Buabara, H., Rahmi, A. N., Rusmayadi, R., & Herman, H. (2024). Tantangan dan Solusi Dalam Menghadapi Era Digital: Pendidikan Anak di Zaman

- Teknologi. *JUPEIS: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(3), 127–135. <https://doi.org/10.57218/jupeis.vol3.iss3.1149>
- Putri, A. I. C. (2021). PERILAKU IMPULSE BUYING GENERASI-Z MELALUI SHOPEE SELAMA COVID-19 DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Putri, R. A. (2016). Hubungan Literasi Keuangan Syariah dan Content Marketing Terhadap Keputusan Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah Indonesia di Tangerang Selatan. 1–23.
- Rahayu, I. T., Wahyuni, E. N., Mangestuti, R., & Fatahillah, F. R. (2024). Mengendalikan Pola Pikir dan Emosi. *Diva Press*, Yogyakarta. <http://repository.uin-malang.ac.id/22477/>
- Rodliyah, U. (2024). Strategi Peningkatan Kemampuan Literasi Informasi Generasi Z. *Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 10(1), 77–90. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v10i1.57381>
- Rufaid, B. S. (2023). Pengaruh Gaya Bahasa Generasi Z dalam Berbahasa Indonesia di Era Globalisasi terhadap Keutuhan Bahasa Indonesia. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19. <https://doi.org/10.20961/transling.v3i3.82707>
- Sa'adah, L., Gangga, F., Janah, T. M., & Fadhillah, B. A. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Z dalam Berinvestasi (Studi pada Mahasiswa Universitas Kh. A Wahab Hasbullah). *Jurnal Riset Manajemen*, 3, 01–11. <https://doi.org/10.54066/jurma.v3i1.2901>
- Salsabila, F. L., Widiyanarti, T., Ashari, S. D., Zahra, T., & Ayu, S. (2024). Pengaruh Globalisasi terhadap Perubahan Komunikasi antar Budaya pada Generasi Z Pola. *Indonesia Culture And Religion Issues*, 1(4), 1–13. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i4.110>
- Sari, R. K., Supriyono, & H, Ag. S. (2024). Analisis Pembelian Impulsif Produk Ditinjau Dari Perspektif Belanja Hedonis, Live Shopping E-Commerce, Fasilitas Pay Later, dan Literasi Finansial (Studi Kasus Generasi Z Pada Pelajar Smk PGRI 1 Kudus). *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 09(3), 316–340.
- Satrio, M. B., & Iqbal, M. (2022). Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Malia (Terakreditasi)*, 13(1), 93–106. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2795>
- Setiawan, I., Cempaka, Fauzia G., & Reksoprodjo, Y. (2024). Pancasila Sebagai Landasan Gen Z dalam Mempertahankan Nilai Persatuan Pada Era Globalisasi. *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 9(1), 54–65. <https://doi.org/10.24269/jpk.v9.n1.2024.pp54-65>
- Wahyuni, L., & Sukti, S. (2025). Nilai Praktik Ekonomi Islam pada Lembaga Bisnis Syariah. *MISTER: Jurnal of Multidisciplinary Inquiry In Science Tecnology and Educational Research*, 2(1), 906–916. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1.2582>
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). Generasi Z Sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, Dan Tantangan Baru. *BUANA KOMUNIKASI: Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, 05(02), 90–99. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2024.5.2.3937>