

INTISARI
ANALISIS POLA PERILAKU DOOM SPENDING MENGGUNAKAN
METODE K-MEANS CLUSTERING PADA GENERASI Z

Oleh :

MARRISKI RIJAYA

Koalapoo31@gmail.com

Doom spending merupakan fenomena perilaku belanja impulsif yang berkembang di kalangan generasi Z, sering kali dipicu oleh ketidakpastian ekonomi dan tekanan sosial. Dampak dari perilaku *doom spending* sangat merugikan, baik secara individu maupun sosial. Secara individu, perilaku ini dapat menyebabkan masalah finansial yang serius, termasuk utang yang menumpuk dan kesulitan dalam menabung untuk masa depan, jumlah *doom spending* dikalangan generasi Z semakin meningkat maka diperlukan analisis lebih lanjut mengenai perilaku *doom spending* agar generasi Z dapat menghindari penyebab perilaku tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengelompokkan pola perilaku *doom spending* di antara generasi Z tersebut dengan menggunakan metode k-means clustering. Pengumpulan data melalui survey kuesioner yang melibatkan responden dari generasi Z. Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa penerapan metode k-means clustering berhasil mengidentifikasi tiga klaster utama yang menggambarkan berbagai tingkat perilaku *doom spending*, dan berhasil mengidentifikasi pola perilaku doom spending pada generasi Z, serta memberikan informasi mengenai faktor yang memicu perilaku tersebut.

Kata Kunci : Doom Spending, Generasi Z, K-Means Clustering, Impulsif

ABSTRACT

ANALYSIS OF DOOM SPENDING BEHAVIOR PATTERNS USING K-MEANS CLUSTERING METHOD ON GENERATION Z

By :

MARRISKI RIJAYA

Koalapoo31@gmail.com

Doom spending is a growing phenomenon of impulsive spending behavior among Generation Z, often triggered by economic uncertainty and social pressure. The impact of doom spending behavior is detrimental, both individually and socially. Individually, this behavior can lead to serious financial problems, including mounting debt and difficulty in saving for the future, the amount of doom spending among generation Z is increasing, so further analysis of doom spending behavior is needed so that generation Z can avoid the causes of this behavior. This study aims to analyze and cluster patterns of doom spending behavior among generation Z using the k-means clustering method. Data was collected through a questionnaire survey involving respondents from generation Z. The results of the analysis show that the application of the k-means clustering method successfully identifies three main clusters that describe different levels of doom spending behavior, and successfully identifies patterns of doom spending behavior in generation Z, as well as providing information about the factors that trigger this behavior.

Keywords: Doom Spending, Generation Z, K-Means Clustering, Impulsif