

ABSTRAK

Nurhasanah, 2026. “Pengaruh Pendidikan Karakter, *Snob Effect*, Dan Kondisi Sosial Ekonomi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumsi Generasi Z” (Survei Pada Generasi Z Usia 21-25 Tahun Di Kota Tasikmalaya). Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya. Dibawah bimbingan Gugum Gumilar, S.Pd., M.Pd. dan Astri Srigustini, S.Pd., M.Pd.

Masalah dalam penelitian ini yaitu generasi Z di Kota Tasikmalaya yang masih melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan atau impulsif, yang menyebabkan konsumsi yang mereka tidak mempertimbangkan fungsi dan manfaat serta tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginannya. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif melalui survei dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini yakni generasi Z usia 21-25 tahun di Kota Tasikmalaya. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni sampling kuota berdasarkan pertimbangan ukuran sampel menurut Hair dan Roscoe, sehingga sampel yang digunakan sejumlah 150 responden yang terdiri dari tiga kategori yakni mahasiswa, pekerja, dan tidak bekerja. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengolahan data menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 29. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pendidikan karakter terhadap pengambilan keputusan konsumsi dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. 2) Tidak terdapat pengaruh dari *snob effect* terhadap pengambilan keputusan konsumsi dengan nilai signifikansi sebesar 0,974. 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kondisi sosial ekonomi terhadap pengambilan keputusan konsumsi dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pendidikan karakter, *snob effect*, dan kondisi sosial ekonomi terhadap pengambilan keputusan konsumsi dengan nilai signifikansi $p < 0,001$.

Kata Kunci: Pendidikan Karakter, *Snob Effect*, Kondisi Sosial Ekonomi, Konsumsi, Keputusan.

ABSTRACT

Nurhasanah, 2026. "The Influence of Character Education, the Snob Effect, and Socioeconomic Conditions on Generation Z's Consumption Decisions" (A Survey of Generation Z Aged 21–25 in Tasikmalaya City). Department of Economics Education, Faculty of Teacher Training and Education, Siliwangi University, Tasikmalaya. Under the supervision of Gugum Gumilar, S.Pd., M.Pd. and Astri Srigustini, S.Pd., M.Pd.

The problem addressed in this study is that Generation Z in the city of Tasikmalaya still engages in excessive or impulsive consumption which results in consumption that lacks benefit and an inability to distinguish between needs and wants. This study employs a survey method with an explanatory research design. The population of this study consists of Generation Z individuals aged 21–25 years in the city of Tasikmalaya. The sampling technique used was quota sampling based on sample size considerations according to Hair and Roscoe, resulting in a sample of 150 respondents comprising three categories: students, employed individuals, and unemployed individuals. Data collection utilized a questionnaire, and data analysis was conducted using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results of the study indicate that: 1) There is a positive and significant effect of character education on consumption decision, with a significance value of 0.000. 2) There is no effect of the snob effect on consumption decision, with a significance value of 0.974. 3) There is a positive and significant effect of socioeconomic status on consumption decision with a significance value of 0.003. 4) There is a positive and significant effect of character education, the snob effect, and socioeconomic status on consumption decision with a significance value of $p < 0,001$.

Keywords: Character Education, Snob Effect, Socioeconomic Status, Consumption, Decision Making.