

ABSTRAK

Muhammad Apriadi Maulana. 2026. *Pengaruh Antara Literasi Ekonomi Syariah, Gaya Hidup Islami, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Buket Uang pada Generasi Z di Kecamatan Martapura*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing I: Dr. H. Rijalul Faqih, M.S.I., M.E.I. dan Pembimbing II: H. Abdul Gafur, Lc., M.A.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi Syariah, Gaya Hidup Islami, Media Sosial, Keputusan Pembelian, Generasi Z

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tren buket uang yang berkembang pesat di kalangan Generasi Z sebagai fenomena menarik dalam perilaku konsumsi masyarakat modern, di mana maraknya penggunaan media sosial serta kuatnya pengaruh tren digital diduga memengaruhi keputusan pembelian buket uang, sementara sebagai masyarakat yang dikenal religius, Generasi Z di Kecamatan Martapura juga diharapkan mempertimbangkan literasi ekonomi syariah dan gaya hidup Islami dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi syariah, gaya hidup Islami, dan media sosial terhadap keputusan pembelian buket uang pada Generasi Z di Kecamatan Martapura.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif dengan teknik *purposive sampling*, sedangkan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden Generasi Z di Kecamatan Martapura yang pernah membeli buket uang. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis dengan regresi linier berganda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi ekonomi syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buket uang dengan nilai signifikansi 0,001 dan nilai *t* hitung 3,380 lebih besar dari *t* tabel 1,661. Variabel gaya hidup Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buket uang dengan nilai signifikansi 0,765 dan nilai *t* hitung -0,300 lebih kecil dari *t* tabel 1,661. Variabel media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buket uang dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai *t* hitung 6,415 lebih besar dari *t* tabel 1,661. Secara simultan, literasi ekonomi syariah, gaya hidup Islami, dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buket uang dengan nilai *F* hitung sebesar 44,260 lebih besar dari *F* tabel dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

ABSTRACT

Muhammad Apriadi Maulana. 2026. *The Influence of Islamic Economic Literacy, Islamic Lifestyle, and Social Media on the Purchase Decision of Money Bouquets among Generation Z in Martapura District.* Undergraduate Thesis. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Supervisor I: Dr. H. Rijalul Faqih, M.S.I., M.E.I., and Supervisor II: H. Abdul Gafur, Lc., M.A.

Keywords: *Islamic Economic Literacy, Islamic Lifestyle, Social Media, Purchase Decision, Generation Z.*

This study is motivated by the rapid trend of money bouquets among Generation Z as an interesting phenomenon in modern society's consumption behavior, where the widespread use of social media and the strong influence of digital trends are suspected to affect purchasing decisions for money bouquets, while as a community known to be religious, Generation Z in Martapura District is also expected to consider Islamic economic literacy and Islamic lifestyle in making purchasing decisions. This study aims to determine the effect of Islamic economic literacy, Islamic lifestyle, and social media on the purchasing decisions of money bouquets among Generation Z in Martapura District.

This research is an associative quantitative study with purposive sampling technique, while the number of samples was determined using the Slovin formula. The sample in this study consisted of 100 Generation Z respondents in Martapura District who had purchased money bouquets. Data were collected through Likert-scale questionnaires and analyzed using multiple linear regression.

The results showed that partially, Islamic economic literacy has a significant effect on money bouquet purchasing decisions with a significance value of 0.001 and a calculated t-value of 3.380, which is greater than the t-table of 1.661. The Islamic lifestyle variable does not have a significant effect on money bouquet purchasing decisions with a significance value of 0.765 and a calculated t-value of -0.300, which is smaller than the t-table of 1.661. The social media variable has a significant effect on money bouquet purchasing decisions with a significance value of 0.000 and a calculated t-value of 6.415, which is greater than the t-table of 1.661. Simultaneously, Islamic economic literacy, Islamic lifestyle, and social media have a significant effect on money bouquet purchasing decisions with a calculated F-value of 44.260, which is greater than the F-table, and a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05.