

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif atau korelasional. Pendekatan tersebut digunakan karena penelitian ini berfokus pada analisis hubungan antarvariabel melalui data berbentuk angka yang kemudian diolah dengan teknik statistik (Sugiyono, 2021).

Penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh, serta tingkat keeratan pengaruh antara dua variabel atau lebih tanpa adanya perlakuan atau manipulasi terhadap variabel yang diteliti (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan intervensi langsung terhadap responden, melainkan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner guna mengamati pengaruh antarvariabel yang diteliti.

Pendekatan kuantitatif korelasional ini dinilai relevan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh antara literasi ekonomi syariah, gaya hidup Islami, dan media sosial terhadap keputusan pembelian buket uang pada Generasi Z di Kecamatan Martapura secara objektif dan terukur.

##### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Pemilihan Kecamatan Martapura sebagai lokasi penelitian

didasarkan pada maraknya fenomena praktik buket uang di kalangan remaja dan Generasi Z, yang menarik untuk dikaji dari perspektif ekonomi syariah sebagai bagian dari perilaku konsumsi masyarakat modern.

Selain itu, Martapura dikenal sebagai daerah dengan karakteristik masyarakat yang mayoritas beragama Islam serta memiliki budaya religius yang cukup kuat. Kondisi tersebut menjadikan Martapura relevan sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji tingkat pemahaman ekonomi syariah dan keterkaitannya dengan perilaku konsumsi, khususnya dalam mengikuti tren yang berkembang melalui media sosial (Kanwil Kementerian Agama Kalimantan Selatan, 2012).

### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah seluruh subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan kriteria yang ditetapkan peneliti. Populasi digunakan sebagai dasar dalam menentukan ruang lingkup penelitian serta sebagai acuan untuk menarik kesimpulan secara umum dari hasil penelitian (Sugiyono, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kecamatan Martapura. Secara konseptual, Generasi Z didefinisikan sebagai individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012. Berdasarkan data Kecamatan Martapura Dalam Angka 2025, jumlah penduduk Kecamatan Martapura pada tahun 2024 tercatat sebanyak 128.796 jiwa (BPS Kabupaten Banjar, 2025). Dengan menggunakan pendekatan estimasi proporsional berdasarkan struktur kelompok umur Kabupaten Banjar pada Kabupaten Banjar Dalam Angka 2026, proporsi Generasi Z yang lahir antara

tahun 1997 hingga 2012 pada rentang usia 14–29 tahun diperkirakan sebesar 17,34% dari total penduduk. Dengan demikian, populasi penelitian di Kecamatan Martapura diestimasi berjumlah sekitar 31.555 jiwa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjar, 2026).

Data kependudukan yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk kelompok umur dan bukan berdasarkan tahun lahir individu. Oleh karena itu, estimasi populasi dilakukan menggunakan pendekatan proporsional yang lazim digunakan dalam penelitian sosial untuk menjaga relevansi dan konsistensi data.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik keseluruhan populasi, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi populasi yang diteliti (Sugiyono, 2021).

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Margin Error 10% atau 0,10

Dengan demikian jumlah sampel yang diperoleh yaitu:

$N = 31.555$

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{31.555}{1 + 31.555 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{31.555}{1 + 315,55}$$

$$n = \frac{31.555}{316,55}$$

$$n = 99,68$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebesar 99,68 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

#### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu metode *non-probabilitas* yang menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti, bukan secara acak. Teknik ini digunakan karena hanya sebagian anggota populasi yang memenuhi karakteristik sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2021). Peneliti membutuhkan responden yang benar-benar memahami fenomena buket uang serta memiliki pengetahuan, meskipun dasar, tentang ekonomi Islam agar data yang

diperoleh relevan dan valid. Dengan *purposive sampling*, sampel diambil dari individu yang dianggap paling memahami dan sesuai dengan fokus penelitian.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Berdomisili di Kecamatan Martapura
2. Termasuk dalam Generasi Z (14-29 tahun)
3. Beragama Islam.
4. Pernah membeli buket uang

#### **E. Data dan Sumber Data**

##### **1. Data**

Melalui penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang berbentuk angka-angka, diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden Generasi Z di Kecamatan Martapura. Data kuantitatif ini dipakai untuk mengetahui pengaruh antara variabel literasi ekonomi syariah (X1), gaya hidup islami (X2), dan media sosial (X3) dengan keputusan pembelian (Y). data dalam penelitian ini diperoleh dua macam, yaitu:

##### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan sesuai dengan kriteria penelitian. (Sugiyono, 2021) Responden penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kecamatan Martapura dan pernah melakukan pembelian praktik buket uang.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya dan tidak dikumpulkan secara langsung dari responden (Sugiyono, 2021). Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari buku, jurnal ilmiah, publikasi resmi, data Badan Pusat Statistik, serta sumber kepustakaan lain yang relevan dan mendukung pembahasan penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan pihak atau objek yang menjadi asal diperolehnya data dan informasi yang berkaitan langsung dengan permasalahan penelitian. Sumber data berperan penting dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan peneliti untuk menjawab tujuan dan rumusan penelitian (Sugiyono, 2021). Adapun sumber data yang berhasil diperoleh melalui penelitian ini yaitu:

- a. Responden, adalah orang yang ikut terlibat langsung dalam penelitian ini yaitu dengan mengisi kuesioner yang dibagikan yakni Generasi Z yang ada di Kota Martapura yang pernah membeli buket uang.
- b. Dokumen yaitu seperti buku, jurnal, artikel, dan arsip-arsip lainnya untuk memberikan tambahan data dan informasi yang diperlukan agar mendukung kelengkapan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

## F. Variabel dan Indikator

### 1. Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi fokus pengamatan dalam penelitian dan memiliki nilai yang dapat bervariasi serta diukur. Dalam penelitian kuantitatif, variabel digunakan untuk menggambarkan hubungan atau pengaruh antarfenomena yang diteliti (Sugiyono, 2021). Berdasarkan fungsinya, variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Variabel independen (X), yaitu variabel yang berperan sebagai faktor yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lain.
- b. Variabel dependen (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari perubahan variabel independen.

### 2. Indikator

Indikator merupakan aspek atau subvariabel yang digunakan untuk mengukur suatu variabel agar dapat diamati dan diukur secara sistematis, serta menjadi pedoman dalam penyusunan instrumen penelitian seperti kuesioner. (Sugiyono, 2021)

**Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator**

| No. | Variabel                | Definisi                                                                                                            | Indikator                                     |
|-----|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1.  | Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian merupakan proses yang dilalui konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa | 1. Sesuai Kebutuhan.<br>2. Mempunyai Manfaat. |

|    |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                             |
|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                      | <p>berdasarkan kebutuhan, informasi, dan preferensi tertentu. (Kotler &amp; Keller, 2012)</p>                                                                                                                                                                                          | <p>3. Ketetapan dalam Membeli Produk.</p> <p>4. Pembelian Berulang. (Thompson, 2016, dalam Nadira, 2024)</p>                                                                                                |
| 2. | <p>Literasi Ekonomi Syariah (X1)</p> | <p>Literasi ekonomi syariah Adalah kemampuan individu dalam memahami alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas agar sesuai dengan tujuan syariat (<i>maqashid syariah</i>), tanpa menciptakan ketidakseimbangan sosial atau melanggar batasan <i>syara'</i>. (Chapra, 1992)</p> | <p>1. Pemahaman dasar ekonomi syariah.</p> <p>2. Produk dan jasa halal.</p> <p>3. Pengelolaan keuangan secara syariah.</p> <p>4. Sikap terhadap masa depan. (Bank Indonesia, 2020 dalam Ardiansa, 2025)</p> |

|    |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                               |
|----|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. | Gaya Hidup Islami (X2) | Gaya hidup Islami ( <i>Islamic lifestyle</i> ) adalah pola atau cara hidup yang dijalani seseorang yang mencerminkan nilai-nilai ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kebiasaan konsumsi, pilihan produk, aktivitas sosial, dan perilaku keseharian yang sesuai dengan prinsip syariah. (Aliyyah dkk., 2025) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan (<i>Activity</i>)</li> <li>2. Minat (<i>Interest</i>)</li> <li>3. Opini (<i>Opinion</i>) (Mandey, 2009 dalam Rahmani dkk., 2023)</li> </ol>                                |
| 4. | Media Sosial (X3)      | Media sosial adalah sarana yang memungkinkan konsumen untuk saling berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video, baik antar sesama pengguna maupun dengan perusahaan, serta sebaliknya.. (Kotler & Keller, 2012)                                                                                                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh (<i>Relationship</i>).</li> <li>2. Komunikasi.</li> <li>3. Interaksi pasca pembelian.</li> <li>4. Format Informasi. (Novita Ekasari, 2014 dalam Yulianti, 2023)</li> </ol> |

### G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden oleh peneliti. Kuesioner merupakan instrumen penelitian berupa serangkaian pernyataan tertulis yang disusun secara terstruktur dan dibagikan kepada responden untuk dijawab secara mandiri (Sugiyono, 2021). Dalam hal ini Generasi Z di Kota Martapura yang pernah membeli atau mengetahui praktik buket uang. Kuesioner digunakan untuk mengukur empat variabel penelitian, yaitu literasi ekonomi syariah, gaya hidup Islami, media sosial, dan keputusan pembelian. Instrumen ini bersifat tertutup dengan pilihan jawaban menggunakan Skala Likert yang terdiri atas sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Penggunaan kuesioner dipilih karena dinilai mampu mengumpulkan data secara efisien, konsisten, dan mudah dianalisis secara kuantitatif. (Sugiyono, 2021)

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

| <b>Skala Pengukuran</b>   | <b>Skor</b> |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5           |
| Setuju (S)                | 4           |
| Netral (N)                | 3           |
| Tidak Setuju (TS)         | 2           |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1           |

*Sumber: (Sugiyono, 2021)*

### H. Teknik Analisis Data

#### 1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat

kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, status pekerjaan, dan frekuensi pembelian buket uang. Selain itu, analisis statistik deskriptif juga digunakan untuk mendeskripsikan tanggapan responden terhadap variabel Literasi Ekonomi Syariah, Gaya Hidup Islami, Media Sosial, dan Keputusan Pembelian yang disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi dan persentase.

## 2. Uji Instrumen Penelitian

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah data yang didapat dilapangan memang benar-benar layak untuk diteliti atau tidak. Pada pengujian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian instrumen data diperlukan untuk mengetahui bahwa variabel yang diteliti memiliki fungsi sebagai alat pembuktian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat keabsahan atau validitas suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid apabila setiap pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu mengukur dan mengungkapkan variabel yang hendak diteliti secara tepat sesuai dengan tujuan pengukuran (Sugiyono, 2021). Pengujian validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan

benar-benar merepresentasikan konsep yang diteliti. Teknik pengujian dilakukan dengan analisis korelasi *Pearson Product Moment*.

Kriteria Pengujian:

- 1) Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (dengan taraf signifikansi 5% dan  $n = \text{jumlah responden}$ ), maka item tersebut valid.
- 2) Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , maka item tersebut tidak valid dan sebaiknya dibuang dari analisis (Ghozali, 2021).

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian dalam menilai variabel yang diteliti. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila mampu memberikan hasil yang tetap dan konsisten meskipun digunakan berulang dalam kondisi yang relatif sama (Sugiyono, 2021). Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan melihat nilai koefisien *Cronbach's Alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1.  $\alpha \geq 0,60 \rightarrow$  kuesioner dianggap reliable.
2.  $\alpha < 0,60 \rightarrow$  kuesioner dianggap tidak reliable (Sujarweni, 2020).

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi residual dalam model regresi memiliki pola normal. Dalam analisis regresi

linear, pemenuhan asumsi normalitas pada residual merupakan hal yang penting agar hasil pengujian statistik dapat diinterpretasikan dengan tepat. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan secara statistik menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)*.

Kriteria Pengujian:

- 1) Jika  $\text{Sig} > 0,05$ , maka data berdistribusi normal
- 2) Jika  $\text{Sig} \leq 0,05$ , maka data tidak normal (Ghozali, 2021).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel bebas, karena hal tersebut dapat memengaruhi ketepatan hasil estimasi regresi. Deteksi ada tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* pada tabel output regresi.

Kriteria Pengujian:

- 1) Jika  $\text{VIF} < 10$  maka tidak mengalami multikolinieritas.
- 2) Jika  $\text{VIF} > 10$  maka mengalami multikolinieritas (Ghozali, 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah varians residual antar pengamatan dalam model regresi bersifat tidak konstan. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan secara statistik dengan menggunakan Uji Glejser,

Kriteria:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

4. Persamaan Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur serta mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, sekaligus untuk melihat arah dan besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (Sugiyono, 2021).

Bentuk Umum:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$$

Keterangan:

- 1)  $Y$  = Keputusan Membeli Buket Uang
- 2)  $X_1$  = Literasi Ekonomi Syariah
- 3)  $X_2$  = Gaya Hidup Islami
- 4)  $X_3$  = Media Sosial

5)  $a$  = Konstanta

6)  $b$  = Koefisien regresi (menunjukkan seberapa besar perubahan  $Y$  akibat perubahan  $X$ )

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji T (Parsial)

Uji  $t$  digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen ( $X$ ) secara sendiri-sendiri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ) dalam model regresi linear berganda. Uji ini bertujuan untuk menilai kontribusi setiap variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Kriteria Pengujian:

- 1) Jika  $Sig (p-value) < 0,05$ , maka  $X$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y$ .
- 2) Jika  $Sig (p-value) \geq 0,05$ , maka  $X$  tidak berpengaruh signifikan terhadap  $Y$ . (Ghozali, 2021 )

b. Uji F (Simultan)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan dalam model secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria Pengujian:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima (Ghozali, 2021).

6. Uji Determinasi (*R-Square*)

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen, yaitu literasi ekonomi syariah ( $X_1$ ), gaya hidup Islami ( $X_2$ ), dan media sosial ( $X_3$ ), dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen, yaitu keputusan pembelian buket uang ( $Y$ ). Nilai koefisien determinasi menunjukkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen dalam model regresi yang digunakan.

Kriteria Interpretasi:

- 1) Nilai  $R^2$  berkisar dari 0 hingga 1.
- 2) Semakin mendekati 1, semakin besar kemampuan  $X$  dalam menjelaskan  $Y$  (Ghozali, 2021).

## I. Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini, tahapan yang dilakukan terdiri dari beberapa langkah sistematis sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini peneliti melakukan pengamatan awal terhadap permasalahan yang berkaitan dengan literasi ekonomi syariah, gaya hidup Islami, media sosial, dan keputusan pembelian buket uang pada Generasi Z di Kecamatan Martapura. Selanjutnya dilakukan penyusunan proposal penelitian yang mencakup rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian teori, serta penyusunan desain operasional variabel. Pada tahap ini juga dilakukan konsultasi dengan dosen pembimbing hingga memperoleh persetujuan untuk seminar proposal yang telah dilaksanakan pada bulan 20 Agustus 2025.

## 2. Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara primer melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada responden Generasi Z di Kecamatan Martapura yang memenuhi kriteria pernah membeli buket uang. Pelaksanaan pengumpulan data ini disesuaikan dengan jadwal penelitian pascaseminar proposal, yaitu tanggal 29 Mei hingga 11 Juni 2026.

## 3. Tahap Analisis Data

Data yang terkumpul diuji menggunakan perangkat lunak SPSS. Uji statistik yang diterapkan meliputi uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji asumsi klasik.

## 4. Tahap Akhir

Hasil penelitian disusun dalam laporan, dikonsultasikan dengan pembimbing, lalu dipersiapkan untuk sidang munaqasyah sebagai bentuk akhir

dari proses penelitian. Pelaksanaan sidang munaqasyah ini dijadwalkan atau ditargetkan berlangsung pada tanggal 2 Juli 2026.