

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu entitas baik individu, kelompok, benda, gejala atau peristiwa yang menjadi fokus perhatian dalam suatu penelitian yang dianggap sebagai sasaran untuk diteliti atau dianalisis, Sugiyono (2016). Objek dalam penelitian ini diambil dari kalangan generasi-z solo raya.

3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Sugiyono (2019).

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang digunakan pada penelitian ini diambil dari kalangan generasi-z di solo raya, sedangkan waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan desember 2025, yang mencakup penyusunan proposal skripsi hingga penyusunan skripsi

3.4 Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari pihak pertama melalui observasi dan kuesioner terhadap generasi-z soloraya. Menurut Sugiyono (2019), Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, kuesioner, dan observasi

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek maupun subjek yang mempunyai karakteristik yang menjadi fokus untuk diteliti dan ditarik kesimpulan sedangkan sampel adalah perhitungan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh

populasi Amin *et al.*,(2023).Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat generasi-z Solo raya yaitu sebanyak 158.038 menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Jateng.Sedangkan besarnya sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = Tingkat kesalahan 10% (*margin of error*)

Berdasarkan rumus slovin,dapat dihitung sampel pada penelitian ini sebagai berikut

$$n = \frac{158.038}{1+158.038(0.1)^2}$$

$$n = \frac{158.038}{1+1.580,38}$$

$$n = \frac{158.038}{1.581,38}$$

$$n = 99,94$$

Dari perhitungan diatas mendapatkan hasil sampel sebanyak 99,94 dan dibulatkan menjadi 100 responden.Jumlah sampel ini akan diwakilkan oleh generasi-Z di soloraya terutama Kota Surakarta.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian untuk memperoleh data yang relevan dan akurat guna menjawab rumusan masalah. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan dua teknik utama, yaitu observasi dan kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

a. Studi pustaka

Mengumpulkan data dengan cara membaca berbagai referensi jurnal dan yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini

b. Observasi

Observasi dilakukan untuk memahami secara langsung fenomena perilaku konsumtif Generasi Z di Solo Raya, terutama yang berkaitan dengan penggunaan *e-wallet* dan interaksi mereka dalam transaksi digital sehari-hari. Observasi ini dapat membantu peneliti mendapatkan gambaran awal dan konteks lapangan sebelum data kuesioner dikumpulkan.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner dalam bentuk google formulir yang berisi pernyataan yang diisi oleh responden. Kuesioner disebarkan kepada sampel penelitian, yaitu 100 responden Generasi Z di Solo Raya, yang dipilih menggunakan rumus Slovin. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur variabel literasi keuangan (X1), penggunaan *e-wallet* (X2), dan perilaku konsumtif (Y) dengan skala Likert. Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan memiliki pilihan jawaban yang menunjukkan tingkat persetujuan responden, seperti:

Tabel 3. 1 Teknik Pengumpulan Data Kuesioner

Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

Keterangan: Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui platform survei untuk memudahkan akses responden Generasi Z.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2017). Definisi yang diberikan kepada suatu variable dengan cara memberikan makna atau menspesifikasikan kegiatan, atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut, yang artinya definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara mengukur variabel-variabel penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel utama, yaitu dua variabel independen (Literasi Keuangan dan Penggunaan *E-Wallet*) dan satu variabel dependen (Perilaku Konsumtif):

a. Literasi Keuangan (X1)

Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman individu tentang konsep keuangan (tabungan, investasi, pengelolaan utang, anggaran) yang membantu mereka membuat keputusan keuangan yang bijak, serta kemampuan untuk mengelola sumber daya keuangan yang dimiliki Indikator: Mengacu pada Chen dan Volpe (1998) yang dikutip dalam Margaretha (2015) , serta Novi Yushinta Amanita (2017).

literasi keuangan diukur melalui aspek:

1. Pengetahuan dasar keuangan (pengeluaran, pendapatan, aset, utang, ekuitas, risiko)
2. Simpanan dan pinjaman (tabungan dan kredit)
3. Manajemen investasi (penanaman dana untuk keuntungan masa depan).

Dengan menggunakan Skala Pengukuran: Skala Likert

b. Penggunaan *E-Wallet* (X2)

Penggunaan *e-wallet* didefinisikan sebagai pemanfaatan dompet digital sebagai alat pembayaran non-tunai yang memfasilitasi transaksi digital sehari-hari, didukung oleh fitur-fitur yang menawarkan kemudahan dan keuntungan

Indikator: Mengacu pada Kusnawan dkk. cite_start, indikator penggunaan *e-wallet* meliputi:

1. Kemudahan dalam transaksi.
2. Keamanan dalam penyimpanan uang.
3. Penyediaan diskon dan promo.
4. Transparansi dan kemudahan melacak pengeluaran.
5. Aksesibilitas yang tinggi.
6. Meningkatkan inklusi keuangan.

Skala pengukuran: Skala Likert

c. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, tidak rasional, dan tidak terencana, yang lebih didorong oleh keinginan, nafsu, dan kepuasan pribadi daripada kebutuhan

Indikator: Mengacu pada Sumartono dalam Lubis (2018), indikator perilaku konsumtif meliputi:

1. Membeli barang karena iming-iming atau hadiah tambahan.
2. Membeli produk karena kemasan menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri atau gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga murah atau diskon.
5. Membeli produk karena mengikuti trend atau status sosial
6. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
7. Adanya penilaian bahwa dengan membeli produk dengan harga mahal dapat menumbuhkan kepercayaan diri.
8. Mencoba menggunakan dua produk sejenis dari dua merek yang berbeda.

Skala pengukuran: Skala Likert

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode statistik kuantitatif, sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan. Data yang terkumpul dari kuesioner akan diolah menggunakan perangkat lunak statistik (misalnya SPSS atau sejenisnya). Tahapan analisis data meliputi

3.8.1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik data responden dan gambaran umum variabel penelitian (literasi keuangan, penggunaan *e-wallet*, dan perilaku konsumtif). Ini mencakup perhitungan frekuensi, persentase, nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), modus, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum.

3.8.2. Uji Kualitas Data

Sebelum melakukan analisis lebih lanjut, kualitas data perlu diuji untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016) uji validitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menguji sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai r -hitung dengan r -tabel. Indikator atau item pertanyaan dinyatakan valid jika r -hitung $>$ r -tabel (pada tingkat signifikansi tertentu) atau nilai Sig. $<$ 0.05.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dapat disimpulkan jika responden diberikan pertanyaan yang sama di waktu

yang berbeda mereka seharusnya memberikan jawaban yang serupa jika kondisi mereka memang tidak berubah. Untuk menguji konsistensi dan stabilitas pengukuran instrumen. Uji ini dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0.60.

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil estimasi bersifat unbiased dan efisien. Uji asumsi klasik meliputi:

- a. Uji Normalitas: Menguji apakah data berdistribusi normal. Dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov atau grafik P-P Plot.
- b. Uji Multikolinearitas: Menguji apakah ada korelasi tinggi antar variabel independen. Dapat dideteksi dari nilai Tolerance (> 0.10) dan Variance Inflation Factor (VIF) (< 10).
- c. Uji Heteroskedastisitas: Menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dapat dilihat melalui grafik scatter plot atau uji Glejser.

3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (Literasi Keuangan dan Penggunaan *E-Wallet*) terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumtif). Model regresi yang digunakan adalah

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku konsumtif

Alpha = Konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ = Koefisien regresi

X₁ = Literasi keuangan

X₂ = Penggunaan *E-Wallet*

e = Tingkat kesalahan prediksi (variabel pengganggu)

a. Uji Hipotesis :

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

1. Uji Parsial (Uji t): Digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (Literasi Keuangan dan Penggunaan *E-Wallet*) secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis diuji dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel atau melihat nilai signifikansi (Sig.) < 0.05 .
2. Uji Simultan (Uji F): Digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen (Literasi Keuangan dan Penggunaan *E-Wallet*) secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis diuji dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel atau melihat nilai signifikansi (Sig.) < 0.05 .
3. Koefisien Determinasi (R-squared): Digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1, dimana nilai yang mendekati 1 menunjukkan kemampuan model yang baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

3.9 Draft Kuesioner

- a. Saya memahami pentingnya membuat anggaran keuangan.
- b. Saya mengetahui perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengeluaran.
- c. Saya mengetahui manfaat menabung secara rutin.
- d. Saya memahami resiko dan kewajiban dalam melakukan pinjaman.
- e. Saya mengetahui investasi dapat meningkatkan asset dimasa depan.
- f. Saya memahami bahwa setiap investasi memiliki tingkat resiko yang berbeda.
- g. Saya merasa *e-wallet* memudahkan saya dalam melakukan transaksi sehari-hari.
- h. Saya merasa pembayaran dengan *e-wallet* lebih cepat dan praktis.
- i. Saya merasa saldo *e-wallet* aman dari resiko kehilangan.

- j. Saya tertarik menggunakan *e-wallet* karena sering menawarkan diskon atau cashback.
- k. Saya dapat dengan mudah melihat riwayat transaksi menggunakan *e-wallet* sehingga membantu memantau pola pengeluaran saya.
- l. *E-wallet* dapat digunakan kapan saja dan dimana saja.
- m. Saya sering membeli barang karena adanya hadiah tambahan.
- n. Saya membeli produk karena tampilan kemasan yang menarik.
- o. Saya merasa perlu membeli barang yang bermerek untuk menjaga penampilan diri atau gengsi.
- p. Saya membeli produk karena tergiur adanya diskon.
- q. Saya membeli produk karena mengikuti tren yang sedang populer.
- r. Saya membeli produk karena idola saya juga menggunakannya.
- s. Membeli produk dengan harga yang mahal membuat saya merasa lebih percaya diri.
- t. Saya merasa puas memiliki berbagai merek untuk produk yang sama agar bias menyesuaikan dengan situasi tertentu