

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif asosiatif. Metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang terstruktur, sedangkan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi serta menganalisis hubungan antarvariabel secara objektif berdasarkan data empiris yang diperoleh dari responden.⁷²

Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat karakteristik dari variabel yang diteliti. Sementara itu, penelitian asosiatif digunakan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh yang terjadi antara dua variabel atau lebih. Dengan mengombinasikan kedua jenis penelitian tersebut, peneliti tidak hanya dapat memperoleh gambaran mengenai kondisi dan karakteristik objek penelitian, tetapi juga dapat menguji secara empiris hubungan serta pengaruh antarvariabel yang diteliti.

⁷² Ciqa Dr. Arif Rachman, Drg., Sh., Mh., Mm., Mtr.Hanla., Sp.Pro., Ciqnr. Et Al., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2022.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital pada gen Z di Padang melalui pengujian statistik.

Penggunaan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu di bidang Behavioral Finance yang memanfaatkan metode survei melalui kuesioner untuk mengukur faktor-faktor psikologis dan perilaku investor. Pendekatan serupa telah digunakan oleh Pratiknjo et al., Lestari dan Ramadhani, serta Dewi dan Maulida dalam mengkaji berbagai aspek perilaku keuangan. Selain itu, pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menghasilkan data yang dapat dianalisis secara statistik sehingga temuan penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik terhadap populasi yang menjadi sasaran penelitian.⁷³⁷⁴

B. Sumber data

Sumber data adalah sumber yang langsung memberikan data dari pihak pertama kepada pengumpul data. Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, jenis dan sumber data sebagai berikut:

⁷³ Nadila Putri Lestari And Alifa Ramadhani, "Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Di Kalangan Mahasiswa" 3 (N.D.).

⁷⁴ Shalumita And Mubarrok, "Fear Of Missing Out (Fomo), Financial Literacy , And Social Media Intensity On The Investment Decisions Of Financial Management Students At The Islamic University Of Kediri , Kediri City."

Data primer adalah data yang diperoleh dengan menggunakan instrumen atau alat kuisioner (angket) yang merupakan daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis. Dalam penyusunan skripsi ini, data primer adalah informasi tentang Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) Dan *Herding Behavior* Terhadap Niat Investasi Emas Digital Di Bank Syariah Indonesia Pada Generasi Z Kota Padang Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi.

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2026, dimulai dari tahap penyusunan proposal, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, hingga tahap analisis data dan penyusunan laporan akhir, yaitu pada bulan Agustus sampai dengan September Tahun 2026. Rentang waktu ini disesuaikan dengan jadwal akademik serta kebutuhan proses pengambilan data dari responden generasi Z di Kota Padang.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat, dengan responden yang merupakan generasi Z yang berdomisili di wilayah tersebut dan menggunakan atau mengetahui produk investasi emas digital Bank Syariah Indonesia (BSI).

D. Variabel penelitian

Penelitian ini menggunakan 2 variabel atau lebih, dimana variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat, yaitu variabel yang nilainya ditentukan oleh perubahan yang terjadi pada variabel bebas.⁷⁵ Variabel ini berfungsi sebagai hasil atau konsekuensi dari hubungan yang diteliti dalam suatu penelitian.

Dengan begitu dalam penelitian ini menggunakan investasi emas digital sebagai variabel dependen.

2. Variabel independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang berperan sebagai faktor yang memengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel dependen. Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas, yaitu variabel yang menjadi penyebab munculnya atau berubahnya variabel terikat. Dalam suatu penelitian, variabel

⁷⁵ M.Pd.I Iwan Hermawan, S.Ag., *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mixed Methode* (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vja4dwaaqbaj&oi=fnd&pg=pa5&dq=++Iwan+Hermawan,+\"Metodologi+Penelitian+Pendidikan+Kuantitatif,+Kualitatif+Dan+Mixed+Metode,\"+2019,+Hermawan%252c+2019%252c+Metodologi+Penelitian+Pendidikan+Kuantitatif%252c+Ots=Xwjpp6v9ls&Sig=Dqvfatgjd9byidyr3ugj9zu0ou&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q&F=False](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vja4dwaaqbaj&oi=fnd&pg=pa5&dq=++Iwan+Hermawan,+\).

independen berfungsi sebagai prediktor yang digunakan untuk menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.⁷⁶

Dengan begitu variabel independen dari penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *Herding Behavior*.

3. Variabel moderasi (Z)

Variabel moderasi merupakan variabel yang digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat diperkuat atau diperlemah oleh variabel tertentu. Dalam penelitian ini, variabel moderasi diberi simbol Z. Keberadaan variabel Z digunakan untuk melihat apakah pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) memiliki kekuatan yang berbeda pada kondisi atau tingkat variabel moderasi yang berbeda. Dengan begitu variabel moderasi pada penelitian ini adalah gender.

E. Definisi Operasional Variabel dan pengukurannya

Definisi operasional variabel menjelaskan setiap variabel penelitian beserta indikator yang digunakan sebagai dasar dalam proses pengukuran. Penyusunan definisi operasional bertujuan agar pengukuran variabel dilakukan secara jelas dan terarah. Berikut adalah definisi operasional dengan pengukurannya:

⁷⁶ Hermawan.,

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) (X1)	<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kondisi psikologis berupa kekhawatiran atau rasa takut generasi Z di Kota Padang akan tertinggal dari peluang investasi emas digital yang sedang dimanfaatkan oleh orang lain di lingkungan sosial mereka, yang dipicu oleh paparan informasi dan konten melalui platform media sosial.	(1) <i>Competence</i> , yaitu dorongan untuk memahami dan mengikuti tren investasi agar tidak merasa tertinggal; (2) <i>Autonomy</i> , yaitu kebutuhan untuk tetap memiliki kendali dan tidak kehilangan peluang; dan (3) <i>Relatedness</i> , yaitu keinginan untuk terlibat dalam aktivitas investasi yang sedang populer di lingkungan sosial.	Likert
<i>Herding Behavior</i> (X2)	<i>Herding Behavior</i> dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan generasi Z untuk mengikuti atau meniru keputusan investasi emas digital yang dilakukan oleh investor lain baik teman, keluarga, maupun komunitas tanpa didasari oleh analisis dan pertimbangan pribadi yang memadai.	(1) Pengaruh keputusan investor lain dalam pemilihan instrumen investasi; (2) Pengaruh keputusan investor lain dalam aktivitas jual-beli investasi; dan (3) Respons cepat terhadap perubahan keputusan investor lain.	Likert

Niat Investasi Emas Digital (Y)	Niat investasi emas digital dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan atau komitmen generasi Z di Kota Padang untuk melakukan investasi emas digital melalui produk BSI Emas di Bank Syariah Indonesia di masa yang akan datang. Variabel ini mengacu pada konsep <i>behavioral intention</i> dalam <i>Theory of Planned Behavior</i> .	(1) Keinginan untuk berinvestasi; (2) Rencana melakukan ;investasi; (3) Ketersediaan melakukan investasi; dan (4) Komitmen atau usaha untuk merealisasikan investasi.	Likert
Gender (Z)	Karakteristik responden berdasarkan identitas gender yang digunakan untuk mengetahui perbedaan kekuatan hubungan antara X dan Y	(1) Laki-laki (2) Perempuan	Nominal

Tabel 3. 2 Skala Likert Dalam Pernyataan

No	Jawaban	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: sugiono(2010:33)

Tabel 3. 3 Skala Nominal Dalam Pernyataan

No	Gender	Kode
1	Laki-laki	0
2	Perempuan	1

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring (*online*) dan luring (*offline*). Kuesioner daring disebarikan menggunakan platform Google Forms, sedangkan kuesioner luring diberikan dalam bentuk cetak (*paper-based questionnaire*). Penggunaan kedua metode tersebut bertujuan untuk menjangkau responden secara lebih luas serta meningkatkan tingkat partisipasi dalam penelitian. Selain itu, mengingat responden berasal dari gen Z di Kota Padang, kombinasi metode daring dan luring dinilai dapat mempermudah proses pengumpulan data sehingga menjadi lebih efektif dan efisien.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi mencakup seluruh generasi Z di Kota Padang dan telah mengenal atau pernah menggunakan layanan investasi emas digital, khususnya produk BSI Emas yang tersedia melalui aplikasi BYOND by BSI. Populasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai populasi tidak

terbatas (*infinite population*), karena jumlah generasi Z yang memenuhi kriteria tersebut tidak dapat diketahui secara pasti. Keterbatasan data mengenai jumlah gen Z yang telah mengetahui atau menggunakan layanan investasi emas digital menyebabkan peneliti tidak dapat menentukan ukuran populasi secara akurat.⁷⁷

2. Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian. Sampel dipilih untuk mewakili populasi sehingga hasil penelitian dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi populasi yang diteliti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Beberapa kriteria utama untuk membatasi sampel penelitian ini adalah:

- a. Berdomisili atau berdomisili sementara (studi/bekerja) di Kota Padang pada saat penelitian dilakukan.
- b. Berusia 20 tahun ke atas atau Gen Z yang telah menjadi mahasiswa dan bekerja, dengan pertimbangan usia tersebut dianggap telah memiliki kapasitas hukum dan kemampuan kognitif yang memadai untuk

⁷⁷ Dr. Arif Rachman, Drg., Sh., Mh., Mm., Mtr.Hanla., Sp.Pros., Ciqnr. Et Al., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

mengambil keputusan finansial secara mandiri, termasuk keputusan yang berkaitan dengan investasi.

- c. Mengetahui, pernah menggunakan, atau memiliki ketertarikan terhadap produk investasi emas digital yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), baik yang telah menjadi nasabah maupun yang berminat untuk berinvestasi.
- d. Memiliki dan aktif menggunakan media sosial (seperti Instagram, TikTok, X/Twitter, atau platform sejenis), mengingat FOMO dan *herding behavior* dalam penelitian ini erat kaitannya dengan paparan informasi dan tren investasi yang beredar di media sosial.

Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, menurut Hair et al. *purposive sampling* merupakan teknik yang tepat digunakan dalam penelitian kuantitatif apabila peneliti ingin menjangkau responden yang memiliki pengalaman, pengetahuan, atau keterlibatan langsung dengan fenomena yang sedang diteliti. Oleh karena itu, teknik ini dinilai sesuai untuk memilih generasi Z yang telah mengetahui atau pernah menggunakan layanan investasi emas digital, khususnya produk BSI Emas melalui aplikasi BYOND by BSI.⁷⁸

⁷⁸ Christian M Ringle And Marko Sarstedt, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-Sem) Using R*, N.D.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh Hair et al., yang menyarankan bahwa ukuran sampel minimum dalam penelitian multivariat berkisar antara 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan. Dalam penelitian ini terdapat 10 indikator yang terdiri atas 3 indikator *Fear of Missing Out* (FOMO), 3 indikator *Herding Behavior*, dan 4 indikator Niat Investasi. Dengan menggunakan rasio 10 responden untuk setiap indikator, maka jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 100 responden (10×10).

Jumlah tersebut dinilai memadai karena telah memenuhi bahkan melampaui ketentuan minimum yang direkomendasikan oleh Hair et al., yaitu sekurang-kurangnya 100 responden untuk penelitian yang menggunakan analisis multivariat.⁷⁹

G. Teknik Pengolahan Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan teknik analisis statistik multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel laten secara simultan, baik hubungan antara variabel eksogen maupun variabel endogen. Metode ini menggabungkan analisis faktor dan analisis jalur (*path*

⁷⁹ Marko Sarstedt And Yide Liu, "Advanced Marketing Analytics Using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls - Sem)," *Journal Of Marketing Analytics* 12, No. 1 (2024): 1–5, <https://doi.org/10.1057/S41270-023-00279-7>.

analysis), sehingga mampu menguji model pengukuran (*measurement model*) serta model struktural (*structural model*) dalam satu analisis.

Pendekatan *Partial Least Squares* (PLS-SEM) dipilih karena memiliki kemampuan menganalisis hubungan yang kompleks antarvariabel, tidak mensyaratkan data berdistribusi normal secara ketat, serta tetap memberikan hasil yang baik pada ukuran sampel yang relatif kecil hingga sedang. Selain itu, PLS-SEM juga sesuai digunakan untuk penelitian yang bertujuan mengembangkan teori maupun memprediksi hubungan antarvariabel berdasarkan konstruk yang diukur melalui beberapa indikator.

Dalam penelitian ini, Karakteristik ini sesuai dengan model penelitian yang menguji pengaruh FOMO dan *herding behavior* terhadap niat investasi emas digital, dengan gender sebagai variabel moderasi. Analisis SEM-PLS dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

1. Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi *outer model* bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur masing-masing variabel laten (FOMO, *herding behavior*, niat investasi emas digital, dan gender sebagai moderasi). Pengujian *outer model* dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut.

a. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen digunakan untuk melihat seberapa besar korelasi antara indikator dengan variabel latennya. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *outer loading* di atas 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,5. Indikator dengan nilai *loading factor* di bawah 0,4 dinyatakan tidak valid dan harus dikeluarkan dari model, sedangkan indikator dengan nilai *loading* antara 0,4–0,7 dipertimbangkan untuk dikeluarkan apabila penghapusannya dapat meningkatkan nilai AVE atau reliabilitas komposit.

b. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap variabel laten benar-benar berbeda dari variabel laten lainnya. Pengujian ini dilakukan dengan dua metode, yaitu kriteria Fornell-Larcker, di mana akar kuadrat AVE suatu variabel harus lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variabel laten lain, serta metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), di mana nilai HTMT yang direkomendasikan adalah di bawah 0,90.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas dinyatakan terpenuhi apabila nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* masing-masing variabel laten berada di atas 0,7.

Tabel 3. 4 Kriteria Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Kriteria	Parameter	Nilai Ambang (Rule of Thumb)
<i>Outer Loading</i>	Nilai loading faktor setiap indikator	$> 0,7$ (valid); 0,4–0,7 dipertimbangkan
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Rata-rata varians yang diekstraksi	$> 0,5$
<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	Akar AVE vs korelasi antar variabel laten	Akar AVE $>$ korelasi antar variabel
<i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	Rasio korelasi antar-konstruk	$< 0,90$
<i>Cronbach's Alpha</i>	Konsistensi internal indikator	$> 0,7$
<i>Composite Reliability (CR)</i>	Reliabilitas gabungan indikator	$> 0,7$

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah *outer model* dinyatakan valid dan reliabel, tahap selanjutnya adalah evaluasi *inner model* untuk menguji hubungan antar variabel laten sekaligus menguji hipotesis penelitian. Evaluasi *inner model* dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut.

a. Uji *R-Square* (Koefisien Determinasi)

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen (FOMO dan *herding behavior*) mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen (niat investasi emas digital). Menurut Chin, nilai *R-Square* sebesar 0,67 dikategorikan kuat, 0,33 dikategorikan moderat, dan 0,19 dikategorikan lemah.

b. Uji *F-Square* (*Effect Size*)

Nilai *F-Square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen apabila variabel tersebut dikeluarkan dari model. Nilai 0,02 dikategorikan pengaruh kecil, 0,15 pengaruh menengah, dan 0,35 pengaruh besar.

c. Uji *Q-Square* (*Predictive Relevance*)

Nilai *Q-Square* digunakan untuk menilai kemampuan prediksi model penelitian melalui prosedur *blindfolding*. Model dinyatakan memiliki relevansi prediktif yang baik apabila nilai *Q-Square* lebih besar dari 0 ($Q^2 > 0$).

d. Uji Hipotesis (*Path Coefficient* dan *Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (*path coefficient*), nilai t-statistik, dan nilai p-value yang diperoleh melalui prosedur *resampling bootstrapping* (umumnya menggunakan 5.000 subsample). Suatu hipotesis

dinyatakan diterima (berpengaruh signifikan) apabila nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 3. 5 Kriteria Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Kriteria	Parameter	Nilai Ambang (Rule of Thumb)
R-Square (R^2)	Kekuatan pengaruh variabel independen terhadap dependen	0,67 kuat; 0,33 moderat; 0,19 lemah
F-Square (f^2)	Besaran kontribusi variabel per jalur	0,02 kecil; 0,15 menengah; 0,35 besar
Q-Square (Q^2)	<i>Predictive relevance (blindfolding)</i>	$Q^2 > 0$
T-Statistik	Signifikansi pengaruh antar variabel	$> 1,96$ (signifikan pada $\alpha = 5\%$)
P-Value	Tingkat signifikansi hipotesis	$< 0,05$

3. Uji Efek Moderasi

Untuk menguji peran gender sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara FOMO dan *herding behavior* terhadap niat investasi emas digital, penelitian ini menggunakan pendekatan *Multi-Group Analysis* (MGA) dalam SmartPLS, mengingat gender merupakan variabel kategorikal (laki-laki dan perempuan). Melalui MGA, sampel

dibagi menjadi dua kelompok berdasarkan gender, kemudian koefisien jalur (*path coefficient*) pada masing-masing kelompok dibandingkan untuk melihat apakah terdapat perbedaan pengaruh yang signifikan antara kelompok laki-laki dan perempuan. Pengujian ini didahului dengan uji *Measurement Invariance of Composite Models* (MICOM) untuk memastikan bahwa perbandingan antar kelompok dapat dilakukan secara valid (*invariance testing*), sebelum dilanjutkan dengan uji parametrik atau non-parametrik (seperti *Permutation Test*) guna menentukan signifikansi perbedaan koefisien jalur antar kelompok gender.

Sebagai alternatif, moderasi juga dapat diuji melalui pendekatan interaksi (*product indicator* atau *orthogonalizing approach*) dengan menjadikan gender sebagai variabel dummy yang dikalikan dengan variabel independen untuk membentuk efek interaksi, kemudian nilai t-statistik dan p-value dari efek interaksi tersebut dievaluasi dengan kriteria yang sama seperti pengujian hipotesis pada *inner model*.