

Dampak Gaya Hidup Halal dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Bank Syariah

Defran Tanjung

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Kota Medan,
Indonesia

tanjungdefran@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup halal dan teknologi informasi terhadap keputusan Generasi Z dalam memanfaatkan layanan Bank Syariah pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), baik secara langsung maupun tidak langsung. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa gaya hidup halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan Generasi Z, yang dibuktikan melalui nilai t hitung ($2,588$) $>$ t tabel ($2,003$) pada tingkat signifikansi 5%. Sementara itu, teknologi informasi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan Generasi Z, dengan nilai t hitung ($4,467$) $>$ t tabel ($2,003$). Berdasarkan hasil uji simultan (F test), diperoleh nilai F hitung sebesar $39,323 > F$ tabel $2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup halal dan teknologi informasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan jasa Bank Syariah. Nilai Adjusted R Square sebesar $0,593$ mengindikasikan bahwa $59,3\%$ variasi keputusan Generasi Z dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut.

Kata Kunci: Gaya Hidup Halal, Teknologi Informasi dan Keputusan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of halal lifestyle and information technology on Generation Z's decision to utilize Islamic banking services among students of the Islamic Banking Study Program at Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), both directly and indirectly. The research employs a quantitative approach. Partial analysis results indicate that the halal lifestyle has a significant influence on Generation Z's decision, as evidenced by the calculated t value (2.588) being greater than the t table value (2.003) at a 5% significance level. Meanwhile, information technology also has a significant effect on Generation Z's decision, with a calculated t value (4.467) exceeding the t table value (2.003). Based on the results of the simultaneous test (F -test), the calculated F value of 39.323 is greater than the F table value of 2.70 , with a significance level of 0.001 . These findings indicate that halal lifestyle and information technology together have a significant influence on Generation Z's decision to use Islamic

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

banking services. The Adjusted R Square value of 0.593 suggests that 59.3% of the variation in Generation Z's decision is explained by these two variables.

Keywords: Halal Lifestyle, Information Technology, Decision

1. PENDAHULUAN

Saat ini, perbankan Islam menunjukkan momentum perkembangan yang positif. Adanya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memberikan landasan hukum yang kokoh, sehingga semakin meningkatkan potensi pertumbuhan sektor perbankan Syariah. Pembiayaan, pembayaran bersama, dan perdagangan tunai adalah bisnis utama bank syariah, yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam. Dengan kata lain, bank syariah beroperasi tanpa sistem suku bunga. Bank syariah menggunakan prinsip pembagian keuntungan yang adil, serta prinsip dan operasi yang sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan hadits Nabi Muhammad SAW (Vino, 2019).

Lanskap industri keuangan, termasuk perbankan syariah, telah berubah akibat pertumbuhan teknologi informasi yang pesat. Klien dapat mengakses berbagai barang dan jasa secara mudah dan cepat melalui perangkat digital berkat digitalisasi layanan perbankan. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok yang tumbuh dalam era digital dan memiliki kecenderungan tinggi dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian oleh (Batubara & Anggraini, 2022) menunjukkan bahwa layanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Di dalam kehidupan ini perlunya memenuhi kebutuhan hidup halal merupakan hak dasar bagi setiap Muslim. Hal ini tidak hanya terkait dengan keyakinan beragama, tetapi juga terkait dengan potensi kesehatan, ekonomi, keamanan dan kebutuhan ibadah. Sebagian di berbagai negara dengan penduduk mayoritas Muslim tanpa diminta pun negara seharusnya hadir melindungi warganya dalam memenuhi hak-hak dasarnya. Namun disisi lain, gaya hidup halal di Indonesia menjadi *trend* di kalangan masyarakat, tidak hanya di Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

diberbagai negara-negara yang mayoritas berpenduduk Muslim tapi juga di berbagai negara berpenduduk mayoritas non-Muslim(Pradesyah, Riyan, Wulandari 2023).

Gaya hidup halal yang identik dengan umat Muslim tersebar hingga ke berbagai negara, bahkan ke negara-negara dengan penduduk Muslim minoritas. Halal menjadi indikator universal untuk jaminan kualitas produk dan standar hidup. Halal biasanya hanya dikaitkan dengan hal-hal terkait kebendaan saja(Rahmayati 2018).Selain faktor teknologi, gaya hidup halal juga menjadi pertimbangan penting bagi Generasi Z dalam memilih layanan perbankan. Gaya hidup halal mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah dalam semua aspek kehidupan, termasuk pemilihan produk dan layanan keuangan. Sebuah studi oleh Wati 2023 menunjukkan bahwa gaya hidup halal secara signifikan memengaruhi keputusan Generasi Z untuk menggunakan layanan perbankan Islam.

Perkembangan gaya hidup halal di Indonesia bisa menjadi faktor penting bagi perkembangan industri bank syariah di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) optimis tren peningkatan kepedulian sosial anak muda mampu mendorong pertumbuhan pangsa pasar industry perbankan syariah. Usia muda mengakibatkan transformasi gaya hidup di era digital menjadikan generasi sadar akan peranan religious dalam kehidupan sehari-hari, sehingga merubah pola hidup menjadi gaya hidup halal, contohnya dibidang fashion dimana kalang anak muda membentuk suatu komunitas yaitu hijabers dan ini membuktikan adanya trend gaya hidup halal dilingkungan genarasi Z(Rini hayati lubis dan nurul izzah, 2019).

Pasalnya Generasi Z sering kali memburu ekosistem halal seperti halal food, Islamic fashion, Islamic tourism, hingga umrah dan haji. Hal ini menjadi rasional karena dalam teori perilaku konsumen, gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam mengonsumsi suatu produk. Terbukanya semua informasi di era digital semakin memudahkan Generasi Z untuk membandingkan harga dan kualitas antar produk atau jasa. Tidak heran jika Generasi Z tertarik dengan adanya cashback dan diskon. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok generasi yang sensitif terhadap harga.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

Penulis telah melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah (PBS), Fakultas Agama Islam (FAI), Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Survei ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup halal dalam memanfaatkan jasa Bank Syariah, serta pengaruh teknologi informasi dalam keputusan untuk memanfaatkan jasa Bank Syariah. Di semester 1, mayoritas mahasiswa menggunakan tabungan syariah dan layanan titipan syariah, dengan jumlah responden yang cukup signifikan, yaitu 9 dan 7 responden. Penggunaan e-wallet syariah juga cukup populer dengan 4 responden. Namun, seiring berjalannya waktu, terjadi perubahan tren dalam penggunaan produk keuangan halal ini.

Di semester 3, terjadi penurunan penggunaan tabungan syariah dan titipan syariah, namun penggunaan e-wallet syariah justru meningkat. Menariknya, di semester ini, ada 1 responden yang mulai menggunakan produk konvensional. Di semester 5, penggunaan tabungan syariah dan e-wallet syariah kembali menurun, sedangkan layanan titipan syariah tetap stabil. Namun, di semester 7, terjadi peningkatan signifikan dalam penggunaan tabungan syariah, meskipun penggunaan titipan dan e-wallet syariah menurun drastis. Yang lebih menarik, di semester 7 ini, jumlah responden yang menggunakan produk konvensional meningkat menjadi 4 responden.

Perubahan tren ini mungkin menunjukkan bahwa mahasiswa PBS FAI UMSU memiliki preferensi yang dinamis dan beragam terhadap produk keuangan, dan mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kesadaran akan pentingnya keuangan syariah, kemudahan penggunaan produk keuangan, atau perubahan kebutuhan keuangan mereka. Oleh karena itu, penting untuk terus memantau dan memahami kebutuhan dan preferensi mahasiswa dalam menggunakan produk keuangan.

Generasi Z juga menganggap bahwa dengan adanya fitur layanan mobile banking ini dapat dijadikan sebagai gaya hidup baru bagi mereka. Fitur tersebut dapat memudahkan mereka dalam melakukan transaksi secara non-tunai. Selain itu, dengan adanya fitur-fitur layanan mobile banking sesuai dengan kebutuhan mereka yang terbiasa dengan dunia digital dan internet. Penelitian yang berkaitan dengan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

gaya hidup dan sikap terhadap keputusan telah dilakukan oleh berbagai peneliti sebelumnya dengan hasil yang berbeda-beda. Penelitian Amritaningsih (2016) dan Hanifah (2021) menghasilkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan.

Di sisi lain, Literasi digital dan fitur layanan juga berperan penting dalam menarik minat Generasi Z terhadap layanan digital perbankan syariah. Riset Silviyani 2023 menunjukkan literasi digital, fitur layanan, dan word of mouth berpengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan syariah. Hal ini menyoroti pentingnya meningkatkan literasi digital dan mengembangkan fitur layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi Generasi Z.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa bank syariah telah berhasil memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kebutuhan nasabah. Dengan demikian, bank syariah dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada dan meningkatkan loyalitas mereka. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi bank syariah untuk terus meningkatkan dan mengembangkan teknologi yang digunakan dalam layanan mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar perbankan syariah.

Kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan penggunaan juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan nasabah Generasi Z terhadap layanan mobile banking bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh (Muhyiddin, 2024) menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan penggunaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah Generasi Z terhadap mobile banking perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah perlu terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan digital mereka untuk memenuhi ekspektasi Generasi Z.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup halal dan teknologi informasi merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan Generasi Z dalam memanfaatkan jasa bank syariah.

2. TELAAH TEORITIS

Gaya Hidup Halal

Menurut Kolter dan Keller gaya hidup halal adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup ini menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dalam lingkungannya. Gaya hidup halal menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Gaya hidup halal dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. *Teori Hawkins* mengatakan bahwa bagi seorang muslim membeli barang konsumsi bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan atau pengikut gaya hidup halal, tetapi mereka juga diwajibkan untuk taat kepada ketentuan syariat sebagai konsekuensi dari keimanan mereka, salah satunya prinsip halal. Gaya hidup halal menurut Muslim Judicial Council Halal Trust (MJCHT) merupakan tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai kemampuan yang dimiliki secara benar, jujur, berintegritas, berkeadilan, bermartabat, dan juga tidak menyimpang dari ajaran Islam. Memanfaatkan produk halal dan gaya hidup syariah yang dipahami oleh umat Islam kelas menengah sebagai kewajiban dan tuntutan hidup agar mereka dapat diterima di dunia ini dan di akhirat untuk memperkuat simbol-simbol kesalehan mereka (Darojatun, 2018). Gaya hidup halal adalah cara hidup yang mengikuti ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan, tidak hanya soal agama, tapi juga mencerminkan jati diri seseorang dalam hal sosial, budaya, dan ekonomi. Di zaman sekarang, gaya hidup halal banyak dijalani oleh umat Islam, terutama dari kalangan menengah, yang ingin tetap taat pada ajaran agama dalam memilih barang dan jasa. Gaya hidup ini juga menjadi simbol keimanan dan pembeda dari gaya hidup lain di tengah masyarakat yang beragam. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup halal lebih menggambarkan perilaku seseorang, bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya..

Klasifikasi Gaya Hidup Halal

Gaya hidup Halal dibagi menjadi tiga dimensi bagian yaitu:

- 1) *Activity* (Aktivitas) Aktivitas yaitu cara yang digunakan konsumen dalam menghabiskan waktunya pada kehidupan sehari-hari.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

- 2) *Interest* (Minat) Minat merupakan suatu hal yang menjadi ketertarikan konsumen atau sesuatu yang ada di sekitar.
- 3) Memiliki nilai penting bagi kehidupan konsumen dan dalam berinteraksi sosial.
- 4) *Opinion* (Opini) Opini adalah bagaimana cara konsumen dalam memandang dan menilai diri sendiri dan lingkungan di sekitar (Afriyansyah & Kusmiadi, 2018)

Indikator gaya hidup halal yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah (Yetty & Priyatno, 2021):

- 1) Label halal
- 2) Tren penggunaan produk halal
- 3) Media massa
- 4) Para produsen dan pelaku bisnis
- 5) Kesadaran
- 6) Pengetahuan

Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah sebuah perkembangan di bidang informasi dalam menjalankan tugas sehari-hari, baik mendapatkan informasi maupun penyebaran informasi. Misalnya, media cetak sekarang mulai beralih ke media online dengan perangkat komputer maupun gadget kita dapat menikmati informasi. Menurut Hagg dan Keen teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda kerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Istilah teknologi informasi merupakan gabungan dari dua istilah dasar yaitu teknologi dan informasi. Oxford English Dictionary menyatakan bahwa informasi adalah sesuatu yang dinyatakan atau dikatakan.

Menurut Martin teknologi informasi merupakan teknologi yang tidak hanya pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang akan digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim atau menyebarluaskan informasi.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi merupakan suatu sistem terpadu yang terdiri atas perangkat teknologi dan komunikasi yang digunakan untuk mendukung proses pengolahan, penyimpanan, distribusi informasi secara efektif dan efisien dalam berbagai bidang kehidupan. Teknologi informasi sebagai sarana yang mendukung sebuah aktivitas manusia dalam mengelola dan menyebarkan informasi melalui bantuan perangkat teknologi.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

Berikut ini adalah beberapa bentuk pemanfaatan teknik informasi di dunia perbankan (Setyawati, 2022):

- 1) Sistem Online, Dengan sistem online ini, pengguna tidak perlu lagi pergi ke bank untuk melakukan transaksi seperti melakukan transaksi, membayar tagihan telepon, listrik, pulsa, dan lainnya. Selain lebih produktif, hemat waktu juga lebih aman.
- 2) ATM (*Automated Teller Machine*) adalah alat elektronik yang memungkinkan pelanggan bank untuk mengambil uang dan memeriksa rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang *teller*. Banyak ATM juga memungkinkan penyimpanan uang atau cek, transfer uang, atau bahkan membeli perangkat.
- 3) Transaksi Via Internet (*Transfer*) yaitu sarana untuk melakukan transaksi jual beli secara online atau tanpa harus memesan ke toko.

Keputusan

Keputusan merupakan hasil dari sebuah pemecah masalah yang dihadapinya dengan tegas. Keputusan merupakan hasil dari pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang sebenarnya dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya. Menurut Raph C. Davis keputusan merupakan hasil dari pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas. Suatu keputusan adalah jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan haruslah bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai apa yang sedang dibicarakan dalam hubungan dengan perencanaan. Selain itu, keputusan bisa juga dapat berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana awal.

Menurut George R. Terry pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada sedangkan menurut Morgan dan Cerullo dalam salusu mengatakan keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan, yang terjadi setelah, suatu kemungkinan dipilih, sementara yang lain disimpangkan. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan pertimbangan adalah menganalisis beberapa kemungkinan atau alternatif, sesudah itu dipilih atau satu diantaranya. Berdasarkan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah suatu pemecah masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari beberapa alternatif.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini melibatkan peneliti untuk memperoleh pengetahuan dengan mempresentasikan data secara numerik. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel bebas (*Independen*) yang berkaitan dengan gaya hidup halal, dan teknologi informasi serta variabel terikat (*dependen*) yang berkaitan dengan keputusan generasi milenial menggunakan jasa bank syariah. Hal ini sejalan dengan gagasan Creswell 2014, sebagaimana dikutip dalam buku Abigail yang menyatakan bahwa penelitian kuantitatif penelitian yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik dan menganalisisnya dengan metode berbasis matematis, secara statistik. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk mengidentifikasi hubungan yang ada antara kumpulan variabel. (Abigail Soesana dkk., 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh gaya hidup terhadap keputusan generasi Z, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel gaya hidup adalah 2.588 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 2.003. Variabel gaya hidup memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.588 > 2.003$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan generasi Z.

2. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh teknologi informasi terhadap keputusan generasi Z, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel teknologi informasi adalah 4.467 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 2.003. Variabel teknologi

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

informasi memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.467 > 2.003$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara teknologi informasi terhadap keputusan generasi Z.

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent. Berdasarkan hasil output SPSS maka hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 1. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	602.016	2	301.008	39.323	<0.001 ^b
	Residual	413.353	54	7.655		
	Total	1015.368	56			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN GENERASI Z (Y)

b. Predictors: (Constant), TEKNOLOGI INFORMASI (X2), GAYA HIDUP (X1)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2025)

Dari uji ANOVA atau *Ftest* di dapat nilai $F_{hitung} 39.323 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa secara serempak yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan gaya hidup halal dan teknologi informasi secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan generasi Z.

5. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Menurut (Juliandi, 2018) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. cara lain untuk melihat kesesuaian modeln regresi linear yaitu dengan mengukur kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas (X) dalam memprediksi nilai Y.

Berdasarkan hasil output SPSS, maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.13. dibawah ini.

Tabel 2. R-Square

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.770 ^a	0.593	0.578	2.767	1.505

a. Predictors: (Constant), TEKNOLOGI INFORMASI (X2), GAYA HIDUP (X1)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN GENERASI Z (Y)

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2025)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa nilai $R=0.770$ untuk hubungan antar variabel dan $Adjusted R Square= 0.593$ berarti 59.3% menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu gaya hidup halal dan teknologi informasi dalam menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan generasi Z adalah sebesar 59.3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh gaya hidup halal dan teknologi informasi dalam menjelaskan keputusan generasi Z sebesar 59.3%, sedangkan sisanya sebesar (40.5%) yang telah dipengaruhi oleh faktor lain yang belum mampu menjelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan tentang pengaruh gaya hidup halal dan teknologi informasi terhadap keputusan generasi Z dalam memanfaatkan jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara), dengan hipotesis yang telah ditetapkan. Berikut penjelasannya mengenai masing-masing variabel.

1. Pengaruh Gaya Hidup Halal Terhadap Keputusan Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh gaya hidup Halal terhadap keputusan generasi Z, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel gaya hidup halal adalah 2.588 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 2.003. Variabel gaya hidup Halal memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.588 > 2.003$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup Halal terhadap keputusan generasi Z.

Gaya hidup Halal berperan penting dalam memengaruhi keputusan Generasi Z, khususnya mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam memanfaatkan jasa perbankan syariah. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital dengan akses informasi yang cepat dan luas, Generasi Z cenderung memilih layanan perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai pribadi, termasuk prinsip syariah yang sejalan dengan keyakinan dan gaya hidup Islami. Preferensi terhadap kepraktisan, transparansi, dan etika dalam bertransaksi menjadikan layanan perbankan syariah sebagai pilihan yang relevan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

bagi mereka. Selain itu, gaya hidup halal yang semakin sadar akan nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial juga mendorong mereka untuk memilih jasa keuangan yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga sesuai dengan prinsip moral dan agama, seperti yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

2. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh teknologi informasi terhadap keputusan generasi Z, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel teknologi informasi adalah 4.467 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 2.003. Variabel teknologi informasi memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.467 > 2.003$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara teknologi informasi terhadap keputusan generasi Z.

Teknologi informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Generasi Z, terutama karena generasi ini tumbuh di tengah perkembangan digital yang pesat. Akses informasi yang cepat dan mudah melalui internet, media sosial, dan aplikasi mobile membuat Generasi Z mampu mencari, membandingkan, dan mengevaluasi berbagai pilihan sebelum mengambil keputusan. Mereka cenderung mengandalkan teknologi dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam berbelanja, belajar, hingga mengakses layanan keuangan. Kemudahan, kecepatan, dan kualitas informasi yang disediakan oleh teknologi menjadi faktor utama yang membentuk preferensi dan pola pengambilan keputusan mereka. Dengan demikian, teknologi informasi tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi juga menjadi bagian integral dalam proses berpikir dan bertindak Generasi Z dalam membuat keputusan.

3. Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi Z

Dari uji ANOVA atau F_{test} di dapat nilai $F_{hitung} 39.323 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa secara serempak yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan gaya hidup halal dan teknologi informasi secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan generasi Z.

Gaya hidup halal dan teknologi informasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Generasi Z dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam memilih produk, layanan, hingga dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Gaya

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

hidup halal mencerminkan komitmen Generasi Z terhadap nilai-nilai keislaman, yang mendorong mereka untuk lebih selektif dalam memilih sesuatu yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti kehalalan produk dan kejelasan sumber transaksi. Di sisi lain, teknologi informasi memfasilitasi mereka dalam mengakses informasi halal dengan cepat dan efisien, serta mempermudah proses pengambilan keputusan melalui berbagai platform digital. Sinergi antara gaya hidup halal dan kemajuan teknologi membuat Generasi Z semakin sadar, kritis, dan terarah dalam menentukan pilihan yang tidak hanya praktis, tetapi juga sesuai dengan nilai agama dan prinsip hidup yang mereka anut.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Variabel gaya hidup memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.588 > 2.003$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan generasi Z Pada Generasi Z yaitu Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam memanfaatkan jasa Perbankan Syariah.
2. Variabel teknologi informasi memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.467 > 2.003$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara teknologi informasi terhadap keputusan generasi Z Pada Generasi Z yaitu Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam memanfaatkan jasa Perbankan Syariah.
3. Dari uji ANOVA atau F_{test} di dapat nilai $F_{hitung} 39.323 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antaragaya hidup halal dan teknologi informasi terhadap keputusan generasi Z Pada Generasi Z yaitu Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam memanfaatkan jasa Perbankan Syariah.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abigail Soesana, Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswand, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). Metodologi penelitian kuantitatif. Yayasan Kita Menulis.
- Afriyansyah, B., & Kusmiadi, R. (2018). Mengkampanyekan halal lifestyle bagi mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 4(2). <https://doi.org/10.33019/jpu.v4i2.168>
- Amelia, P. (2022). Pengaruh gaya hidup halal dan teknologi informasi terhadap keputusan Generasi Z dalam memanfaatkan jasa bank syariah (Studi kasus mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan). Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Amrin, A., Supriyanto, S., & Ardiansyah, A. (2022). Analisis literasi halal dalam membentuk gaya hidup Islami di perguruan tinggi Islam. *Fikrah: Journal of Islamic Education*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.32507/fikrah.v6i1.1311>
- anon. (2017). Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 1(3). https://cdn-report.dailysocial.id/Laporan_Survei_APJII_v1_3.pdf
- Antonio, M. S. (2001). Bank syariah: Dari teori ke praktik. Gema Insani
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Batubara, M. C. A., & Anggraini, T. (2022). Analisis pengaruh layanan digital terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah. *Jurnal Manajemen dan Syariah*, 7(2). <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.14165>
- Batubara, Muhammad Candy Awang, dan Tuti Anggraini. “Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat generasi Z dalam menggunakan Produk Perbankan Syariah” *Jurnal Masharif al-syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7, No. 2, (2022) (706-725) (t.t.). <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.14165>
- Bimantara, A., Suyanto, M., & Boedijanto, E. (2015). Implementasi aplikasi game autisme “Ahada”. *Jurnal Teknologi Informasi*, 16(2).
- Dalimunthe, S. S. (2024). Pengaruh kepercayaan, kepuasan dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater (Skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

- Dameria Sinaga. (2021). Statistik dasar. UKI Press.
- Darojatun, R. (2018). Tren produk halal, gaya hidup syar'i dan kesalehan simbolik: Studi tentang Muslim kelas menengah. *Wardah*, 19(2).
<https://doi.org/10.19109/wardah.v19i2.2816>
- Darwin, M. et al. (2021). Metode penelitian pendekatan kuantitatif. CV. Media Sains Indonesia.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). Teori dan praktis: Riset komunikasi pemasaran terpadu. Universitas Brawijaya Press.
- Isra Hayati, Yuli Yanti Siregar. (2019). "Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan)." 1: 234–50.
- Lubis, R. H., & Izzah, N. (2022). Faktor penentu gaya hidup halal Generasi Z di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 97.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3961>
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian produk pakaian secara online. *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1), 26.
<https://doi.org/10.24952/tijaroh.v4i1.1082>
- Niken Febria Larasati. "Analisis Perilaku Generasi Milenial terhadap Niat menjadi Nasabah Bank Syariah." Tesis, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019).<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/46867>
- Nofinawati, N. (2014). Akad dan produk perbankan syariah. *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*, 8(2), 219. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v8i2.349>
- Prastyawan, A., & Lestari, Y. (2020). Pengambilan keputusan. Surabaya: Unesa University Press.
- Pradesyah, Riyan, Wulandari, Pupt. (2023). "EKOSISTEM PERBANKAN SYARIAH DALAM MENDUKUNG." 6(November).
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS. CV. Wade Group bekerja sama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Rahmadi. (2011). Pengantar metodologi penelitian. Antasari Press.
- Rahmayati. (2018). "Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry Di Indonesia." *At-Tawassuth III*: 313–3334.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i2.27019>

- Risky Eko Widodo. “Pengaruh Gaya Hidup Halal, Harga, dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Generasi Milenial di Yogyakarta menggunakan Jasa BNI Syariah.” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019). <https://digilib.uin-suka.ac.id/36881/>
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola konsumsi dalam implementasi gaya hidup halal. *MARO: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>
- Saat, S., & Mania, S. (2020). Pengantar metodologi penelitian: Panduan bagi peneliti pemula. Pusaka Almada.
- Santoso, B., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh gaya hidup dan sikap terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2).
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku konsumen: Edisi revisi. Kencana.
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.371>
- Setyawati, D. (2022). Pengaruh teknologi informasi, ketersediaan fitur layanan Islami, dan handling complaint terhadap nasabah pengguna aplikasi mobile banking (BSI Mobile) (Skripsi, UIN Khas Jember). <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/13070>
- Siregar, Y., Muhammad, I., & Nasution, H. F. (2017). Pengaruh brand image dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 3(2), 207. <https://doi.org/10.24952/tijaroh.v3i2.1357>
- Sjahdeini, S. R. (2018). Perbankan syariah: Produk-produk dan aspek-aspek hukumnya. Kencana.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. PT Rineka Cipta.
- Susanti, D., & Lubis, H. (2021). Strategi pemasaran bank syariah dalam meningkatkan minat generasi milenial. *Islamic Business and Finance*, 2(2). <https://doi.org/10.24014/ibf.v2i2.16317>