

# PENGARUH GAYA HIDUP HALAL DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z DALAM MEMANFAATKAN JASA BANK SYARIAH ( STUDI KASUS DI KEPENGHULUAN BAGAN BHAKTI, KECAMATAN BALAI JAYA)

IRNA WATI<sup>1</sup>, SRI SUDIARTI<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Agama Islam, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

[irnawati@gmail.com](mailto:irnawati@gmail.com)<sup>1</sup>  
[srisudiarti@gmail.com](mailto:srisudiarti@gmail.com)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup halal dan teknologi informasi terhadap keputusan generasi z dalam penggunaan jasa bank syariah. Pendekatan yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknisanalisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji auto korelasi, heterokedasitas, uji t, uji f, uji koefisien determinasi. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan secara simultan memiliki pengaruh dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 20,620 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yaitu adanya pengaruh yang signifikan variabel Gaya Hidup Halal dan Teknologi Informasi terhadap penggunaan jasa perbankan syariah dengan nilai determinasi sebesar 0,314 Hal ini memiliki arti bahwa 31,40% variabel Keputusan Generasi Z menggunakan jasa Bank Syariah di Kepenghuluan Bagan Bhakti, Kecamatan Balai Jaya.*

**Kata Kunci:** *Gaya Hidup Halal, Teknologi Informasi Terhadap Bank Syariah.*

**THE INFLUENCE OF THE HALAL LIFESTYLE AND  
INFORMATION TECHNOLOGY ON GENERATION Z  
DECISIONS IN USING ISLAMIC BANKING SERVICES.  
(CASE STUDY IN KEPENGHULUAN BAGAN BHAKTI,  
BALAI JAYA DISTRICT**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine how the influence of the halal lifestyle and information z decisions in using islamic banking services. The approach used is a quantitative approach. The technical analysis of the data in this study used multiple linear regression analysis, classic assumption test, auto correlation test, heterocedacity, t test, f test, coefficient of determination test. Data management in this study used the SPSS 20 software program. The results of this study indicate that based on the results of the hypothesis test, it shows that simultaneously it has an influence with the Fcount of 20.620 with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , so  $H_0$  is rejected, namely the significant influence of the Halal Lifestyle and Information Technology variables on the use of Islamic banking services with a value determination of 0.314 This means that 31.40% of the Generation Z decision variable uses the services of Sharia Banks in Kepenghuluan Bagan Bhakti, Balai Jaya District.*

**Keyword** : Halal Lifestyle, Information Technology for Islamic Banks.

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia industri sedang dalam masa peralihan menuju revolusi industri. Revolusi industri generasi keempat ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan penerapannya dalam dunia industri. Revolusi industri selalu menawarkan peluang dan tantangan yang sama besarnya. Revolusi industri bisa menjadi momentum bagi pelaku industri untuk mengembangkan industrinya.

Sebagai salah satu industri yang berkembang di era digital, perbankan syariah perlu memberikan perhatian khusus terhadap perkembangan revolusi industri. Pertumbuhan bank syariah saat ini dalam tren positif. Dengan adanya Undang-undang No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, maka perbankan syariah memiliki landasan hukum yang kuat untuk semakin mendorong pertumbuhannya. Statistik Perbankan Syariah yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat sampai dengan April 2018, total pembiayaan bank umum syariah (BUS) tumbuh 7,25% year on year menjadi Rp 191,04 triliun. Pertumbuhan pembiayaan tersebut juga berhasil mengangkat asset bank syariah ke tingkat Rp 290,36 triliun. Perbankan syariah juga sudah mampu keluar dari *five percent traps*, dengan mencatatkan pertumbuhan *market share* perbankan syariah mencapai 5,27% hingga akhir tahun 2017.

Usaha yang akan dilakukan oleh industri perbankan adalah mengidentifikasi ulang pasar potensial. Pasar potensial dalam industri digital saat ini adalah generasi milenial. Generasi Z adalah kelompok anak muda yang lahir antara tahun 1980 sampai awal

2000-an. Menurut badan perencanaan pembangunan nasional, jumlah penduduk Indonesia yang masuk dalam kategori mencapai angka 90 juta jiwa, 35% dari jumlah total penduduk Indonesia. Pada saat ini di era industry digital semua generasi z berapa pada usia produktif yang menjadikan generasi z sebagai "pewaris sah" di era industry digital.

Sebagai generasi z saat ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi lain. Faktor yang menjadi pembeda dari generasi z dengan generasi-generasi sebelumnya adalah generasi z tumbuh dan berkembang di abad ke-21 dengan teknologi dan internet sebagai bagian dari kesehariannya. Oleh karena itu, ciri yang sangat menonjol dari generasi z adalah penggunaan teknologi di berbagai aspek kehidupan dengan internet sebagai penghubungnya.

Perbedaan karakteristik antara generasi z dengan kelompok generasi lain hampir terjadi pada semua aspek kehidupan, tidak terkecuali pada aspek perilaku ekonomi. Generasi z memiliki keunikan-keunikan tersendiri dalam aspek perilaku konsumsinya. Bank syariah mampu menangkap keunikan-keunikan tersebut untuk menjadikannya sebagai dasar kebijakan yang akan diambil. Keunikan tersebut dapat diidentifikasi dari proses generasi z dalam memutuskan pembelian suatu produk atau jasa.

Keputusan pembelian adalah keputusan dalam memilih tindakan dari beberapa alternatif dalam membeli produk atau jasa yang akan dibeli. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu internal maupun eksternal. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen adalah gaya hidup. Gaya hidup secara luas adalah cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seorang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri (pendapat).

Gaya hidup yang sedang tren di kalangan muslim saat ini adalah gaya hidup halal. Munculnya fenomena gaya hidup halal di kalangan muslim merupakan akibat dari adanya kesadaran di kalangan muslim dan pentingnya nilai-nilai syariah dalam kehidupan. Gaya hidup halal adalah pola hidup seseorang dinyatakan dalam cara menjalankan hidup, membelanjakan hartanya dan menghabiskan waktu dengan jalan yang sesuai dengan syariat agama Islam. Berdasarkan Global Islamic Economy (2018), sekitar 218,8 miliar dolar AS dihabiskan oleh umat muslim Indonesia di industri halal selama tahun 2017. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Thomas Reuters pada tahun 2015, Indonesia menempati peringkat pertama dalam hal konsumsi untuk makanan dan minuman halal dan menempati peringkat empat dalam konsumsi halal kosmetik. Data di atas menunjukkan bahwa halal sudah menjadi gaya hidup bagi umat muslim di Indonesia.

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 industri perbankan syariah. 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 konsumen dalam mengonsumsi suatu produk.

Terbukanya semua informasi di era digital semakin memudahkan generasi milenial untuk 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 z merupakan kelompok generasi yang sensitif terhadap harga

Selain faktor di atas, faktor penggunaan teknologi dalam pelayanan perbankan syariah juga menjadi penting untuk diperhatikan. Seiring dengan meningkatnya volume transaksi nasabah dan perkembangan teknologi serta sofistikasi pada jenis transaksi, dan fitur pembayarannya pun berkembang. Perkembangan ini juga didorong oleh kebutuhan masyarakat yang menginginkan aktivitas transaksi yang mudah dan cepat, dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Di sisi lain, seperti yang sudah diketahui bersama bahwa generasi z adalah generasi yang sangat bergantung pada gawai dalam kehidupan kesehariannya. Fakta tersebut menunjukkan bahwa tantangan nyata yang dihadapi oleh bank syariah di era digital ini adalah bagaimana bank mampu merubah layanan offline menjadi online. Hal tersebut dilakukan untuk menjangkau pasar generasi z yang menuntut adanya pelayanan yang cepat dan mudah dari bank syariah.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Metode penelitian ini merupakan upaya sistematis untuk menyelidiki suatu masalah dan mencari solusinya dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang pengalihan datanya berupa angka-angka. Penelitian ini atas dua variabel, yaitu Gaya Hidup Halal, dan Teknologi Informasi sebagai variabel bebas (*independen*) dan keputusan generasi milenial menggunakan jasa bank syariah sebagai variabel terikat (*dependen*). Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data tersebut, serta penampilan hasilnya.

## HASIL

Hasil penelitian ini dideskripsikan dengan menggunakan pendekatan *asosiatif*. Pendekatan *asosiatif* bertujuan untuk mengetahui hubungan maupun pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan instrumen dalam bentuk angket sebanyak 20 item pernyataan yang terdiri dari 5 item pernyataan untuk variabel Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ), 5 item pernyataan untuk variabel Teknologi Informasi ( $X_2$ ) dan 10 item pernyataan untuk variabel Keputusan Generasi Z menggunakan jasa Bank Syariah (Y). Angket penelitian ini disebarikan dan diberikan kepada 93 responden dengan lokasi

penelitian di Kepenghuluan Bagan Bhakti Kecamatan Balai Jaya.

Hasil data angket penelitian yang disebarikan kemudian diberikan nilai dengan metode skala likert dan kemudian ditabulasi, dan diolah dengan menggunakan program SPSS, selanjutnya data penelitian dideskripsikan melalui data primer berupa angket yang telah diuji dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan disimpulkan sesuai tabel berikut di bawah ini:

### a. Karakteristik Identitas Responden

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden**  
**Jenis Kelamin**

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 36        | 38.7    | 38.7          | 38.7               |
|       | Perempuan | 57        | 61.3    | 61.3          | 100.0              |
|       | Total     | 93        | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (diolah), 2020

Berdasarkan data tabel di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik data jenis kelamin, mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 57 orang (61,3%) dan berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 21 orang (38,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini lebih banyak didominasi pada jenis kelamin perempuan.

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden**  
**Usia**

|       |             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 16-20 Tahun | 23        | 24.7    | 24.7          | 24.7               |
|       | 21-25 Tahun | 54        | 58.1    | 58.1          | 82.8               |
|       | 26-30 Tahun | 14        | 15.1    | 15.1          | 97.8               |
|       | 31-35 Tahun | 2         | 2.2     | 2.2           | 100.0              |
|       | Total       | 93        | 100.0   | 100.0         |                    |

Berdasarkan data tabel persentase di atas berdasarkan karakteristik usia, mayoritas responden memiliki usia pada kelompok umur dengan rentang 21-25 tahun sebanyak 54 orang (58,1%) dan minoritas pada kelompok usia dengan rentang 31-34 tahun sebanyak 2 orang (2,2%) sedangkan selebihnya dengan kelompok usia 16-20 tahun sebanyak 23 orang (24,7%) dan selebihnya pada kelompok usia dengan rentang usia 26-30 tahun sebanyak 14 orang (15,1%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik usia responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh kelompok usia dengan rentang 21-25 Tahun.

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden**  
**Pendidikan Terakhir**

|       |         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SMA     | 56        | 60.2    | 60.2          | 60.2               |
|       | Diploma | 12        | 12.9    | 12.9          | 73.1               |
|       | S1      | 23        | 24.7    | 24.7          | 97.8               |
|       | Lainnya | 2         | 2.2     | 2.2           | 100.0              |
|       | Total   | 93        | 100.0   | 100.0         |                    |

Dari tabel persentase karakteristik tingkat pendidikan responden di atas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas responden pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 56 orang (60,2%) dan minoritas dengan Dari tabel persentase karakteristik tingkat pendidikan responden di

atas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas responden pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 56 orang (60,2%) dan minoritas dengan kategoripendidikan lainnya sebanyak 2 orang (2,2%) dan selebihnya dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 23 orang (24,7%) dan pada tingkat pendidikan Diploma sebanyak 12 orang (12,9%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh riwayat pendidikan SMA.

## PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini akan dijabarkan melalui hipotesis dari penelitian sesuai dengan analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Jasa Bank Syariah ( $Y$ )

Gaya hidup dapat di artikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama. Menggunakan produk halal dan gaya hidup syar'i yang masih di pahami muslim kelas menengah sebagai kewajiban dan tuntunan hidup agar dapat diterima di kehidupan sosial mereka didunia sekaligus kesadaran agar ibadahnya dapat diterima diakhirat nanti, hal ini sekaligus untuk memperkuat simbol-simbol kesalehan yang melekat pada dirinya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian secara uji parsial (uji t) tentang pengaruh antara variabel Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Jasa Bank Syariah (Y) di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,339 dengan dengan nilai ketentuan  $t_{tabel}$  sebesar 1,661 hal tersebut memilii arti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) terhadap terhadap Keputusan Generasi Z menggunakan jasa Bank Syariah (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizky Eko Widodo pada tahun 2020 dengan judul penelitian: Penelitian Pengaruh Gaya Hidup Halal, Harga Dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi zdi Yogyakarta Menggunakan Jasa BNI Syariah, menyimpulkan bahwa: hipotetis pertama diterima, artinya variabel gaya hidup halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan generasi milenial di Yogyakarta menggunakan jasa BNI Syariah. Besarnya perhatian muslim milenial di Yogyakarta terhadap fenomena gaya hidup halal secara tidak langsung menjadi faktor yang mampu mendorong minat generasi milenial di yogyakarta untuk menggunkan jasa Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Rina Darojatun, vol. 19, h.143. Fenomena pemakaian pada produk halal dan gaya hidup sesuai syariah dikontruksi dari pesan yang disampaikan melalui komunitas nonverbal muslim kelas menengah meliputi kosumsi makanan,

minuman halal, pakaian syar'i, kosmetik halal, menggunakan jasa bank syariah dan pegadaian syariah, berlibur di tempat yang memiliki hotel syariah dan fasilitas wisata halal, tinggal diperumahan syariah, menyekolahkan anak disekolah islam, mengikuti kajian islam virtuoak dan produk halal lainnya. Sedangkan melalui komunikasi verbal, kata-kata *lkhwan, akhwat, ukhti, akhi, liqo, ta'lim, halaqoh, syukron, abi, umi, khimar, hijab* tak asing lagi didengar ketika mereka berinteraksi.

## 2. Pengaruh Teknologi Informasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Jasa Bank Syariah (Y)

Teknologi Informasi merupakan elemen penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitas utama bagi kegiatan berbagai sektor kehidupan dimana memberikan andil besar terhadap perubahan-perubahan yang mendasar pada struktur operasi dan manajemen organisasi, pendidikan, trasportasi, kesehatan dan penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian secara uji parsial (uji t) tentang pengaruh antara variabel Teknologi Informasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Generasi z Menggunakan Jasa Bank Syariah (Y) di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,790 dengan nilai ketentuan  $t_{tabel}$  sebesar 1,661 hal tersebut memiliki arti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwaadanya

pengaruh signifikan antara variabel Teknologi Informasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Generasi z menggunakan jasa Bank Syariah(Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Niken Febria Larasati pada tahun 2020 dengan judul penelitian: Analisis Perilaku Generasi z Terhadap Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah menyimpulkan bahwa; menunjukan bahwa perilaku generasi milenial berpengaruh secara signifikan terhadap niat menjadi nasabah bank syariah. Adapun untuk perilaku yang mempunyai nilai pengaruh yang paling besar terhadap niat menjadi nasabah bank syariah yaitu kewajiban memiliki media sosial dan pemanfaatan teknologi dan informasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Williams, Sawyer,2005 mengemukakan bahwa: "Teknologi informasi merupakan sebuah bentuk umum yang menggambarkan setiap teknologi yang membantu menghasilkan, memanipulasi, menyimpan, mengkomunikasikan dan atau menyampaikan informasi".

### 3. Pengaruh Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) dan Teknologi Informasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Jasa Bank Syariah(Y)

Generasi z atau sering juga disebut generasi z. Menurut para peneliti sosial, generasi z atau remaja ini lahir pada rentang tahun 1980an hingga 2000an. Dengan kata lain, generasi z ini adalah anak-anak muda yang saat ini berusia antara 15-35 tahun. Dalam memenuhi kebutuhan terdapat beberapa alternatif dalam

menentukan pilihan membeli produk atau menggunakan jasa yang akan dibeli. Keputusan menggunakan jasa ataupun membeli suatu produk dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu internal maupun eksternal. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah gaya hidup.

Gaya hidup secara luas adalah cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seorang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri (pendapat). Selain dari pada itu saat ini penerapan teknologi informasi dan komunikasi memang mutlak dalam perusahaan sebagai alat bantu dalam upaya memenangkan persaingan dan meningkatkan produktivitas. Pembangunan teknologi informasi perusahaan dilakukan secara bertahap sebelum sebuah sistem holistik atau menyeluruh selesai dibangun. Hal tersebut harus disesuaikan dengan kekuatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian secara Simultan (uji f) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  adalah sebesar 20,620, sedangkan  $f_{tabel}$  sebesar 3,098 dengan tingkat signifikan 0,05. dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) dan Teknologi Informasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Generasi Milenial menggunakan jasa Bank Syariah(Y).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Gaya Hidup Halal, dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Bhakti Kecamatan Balai Jaya), dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y) secara parsial memiliki pengaruh sebesar  $t_{hitung}$  3,339 dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, yaitu adanya pengaruh yang signifikan gaya hidup halal terhadap penggunaan jasa perbankan syariah.
2. Teknologi Informasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y) secara parsial memiliki pengaruh sebesar  $t_{hitung}$  4,760 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, yaitu adanya pengaruh yang signifikan Teknologi Informasi terhadap penggunaan jasa perbankan syariah.

Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) dan Teknologi Informasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y) secara simultan memiliki pengaruh dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 20,620 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yaitu adanya pengaruh yang signifikan variabel Gaya Hidup Halal dan Teknologi Informasi terhadap penggunaan jasa

perbankan syariah dengan nilai determinasi sebesar 0,314 Hal ini memiliki arti bahwa 31,40% variabel Keputusan Generasi z menggunakan jasa Bank Syariah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) dan Teknologi Informasi ( $X_2$ ).

## DAFTAR PUSTAKA BUKU

- Arikunto Suharsimi, prosedur penelitian suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010
- Bhina Dan Neila, Psikologi Untuk Indonesia Maju Dan Beretika, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2018
- Darojatun Rina, "Tren Produk Halal, Gaya hidup Syar'i dan Kesalehan Simbolik" vol. 19.
- Departemen Agama RI, Alquran dan Terjemahnya, Jakarta: Yayasan Penyelenggaraan Penterjemah/Pentafsir Alquran, 1984
- Ghozali Imam, Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi 5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013
- Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- Limakrisna Nandan dan J. Supranto, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2007
- Aullia Rahma Prayekti, "Persepsi Remaja Generasi Z Di Surabaya Terhadap Preferensi Merek Situs Online Marketplace Bukalapak" (diakses pada tanggal 23 Juli 2020)
- Rianse Usman, Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi, (Jakarta: Alfabeta, 2012), h. 217
- Saifuddin Azwar, Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013
- Schiffman Leon G. Dan Kanuk Leslie Lazar, Perilaku Konsumen, Jakarta: Puri Media Kencana, 2007
- Suyanto M: Teknologi Informasi, Yogyakarta: Andi Offset, 2005
- Syafi'i Asrof, Metodologi Penelitian Pendidikan, Surabaya: eLKAF, 2005
- Umam Khaerul: Manajemen Perbankan Syariah, Bandung: Pustaka Setia, 2013

Widodo, Metodologi Penelitian Populer dan Praktis, Depok: PT Rajagrafindo, 2019

## INTERNET

- Ervina, memanfaatkan peran penting teknologi untuk produktivitas, "didapat dari <https://www.talenta.co/blog/teknologi-talenta/peran-penting-teknologi-untuk-produktivitas/> (diakses tanggal 17 Juli 2020)
- Ilham Yusuf. S, Pemanfaatan Teknologi Informasi, "didapat dari <https://yusufilham.web.uqm.ac.id/2015/09/09/pemanfaatan-teknologi-informasi-3/> (diakses tanggal 17 Juli 2020)
- <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---November-2018.aspx>. diakses tanggal 25 april 2020.
- <https://www.inews.id/finance/read/56521/bappenas-jumlah-milenial-di-indonesia-capai-90-juta-orang> diakses pada tanggal 25 April 2020
- <https://finansial.bisnis.com/read/20181217/90/870229/bank-syariah-bidik-nasabah-milenial> (diakses tanggal 25 April 2020)
- Rahman N. Angga, "Keputusan Pembelian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi," <https://angganurrahmanrockets.wordpress.com/2013/11/17/keputusan-pembelian-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi/>
- Simfoni Dawai, "Analisis Regresi Linier Berganda," didapat dari <https://dawaisimfoni.wordpress.com/i> [home page on-line]: Internet (diakses tanggal 25 Februari 2020)

## JURNAL

- Hasanah, U., & Sihotang, M. K. (2020). Pemanfaatan Tabungan Haji Dan Umrah Bank Muamalat Oleh PT. Sabrina Al-Fikri Dalam Menjaring Nasabah Di Kota Medan. AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam, 3(1).
- Nurzannah, N. (2021, February). PARADIGM OF ASSOCIATIVE THINKING THROUGH A SCIENTIFIC APPROACH IN THE 2013 CURRICULUM CONCEPT.

- In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, pp. 864-868).
- Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam, 3(1), 33-42.
- Sihotang, M. K., & Hasanah, H. (2021, February). ISLAMIC BANKING STRATEGY IN FACING THE NEW NORMAL ERA DURING THE COVID 19. In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, pp. 479-485).
- Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam, 3(1), 33-42.