

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh AI Tools, strategi marketplace dan literasi halal terhadap bisnis online di kalangan mahasiswa generasi Z di Kota Lhokseumawe. Generasi Z yang adaptif terhadap teknologi digital memanfaatkan AI Tools dan platform marketplace untuk menjangkau konsumen, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengintegrasikan nilai-nilai halal dalam bisnis mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan survei terhadap 180 mahasiswa aktif dan pernah atau sedang menjalankan bisnis online di tiga perguruan tinggi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketplace dan literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap bisnis online, sedangkan AI Tools secara parsial belum menunjukkan pengaruh signifikan. Secara simultan ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap bisnis online mahasiswa gen Z, dengan Adjusted R² sebesar 0,346 yang menunjukkan bahwa 34,6% variasi bisnis online dijelaskan oleh variabel penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan strategi marketplace yang efektif dan literasi halal yang kuat menjadi kunci keberhasilan bisnis online, sementara optimalisasi penggunaan AI Tools diperlukan agar berdampak lebih nyata terhadap pertumbuhan usaha.

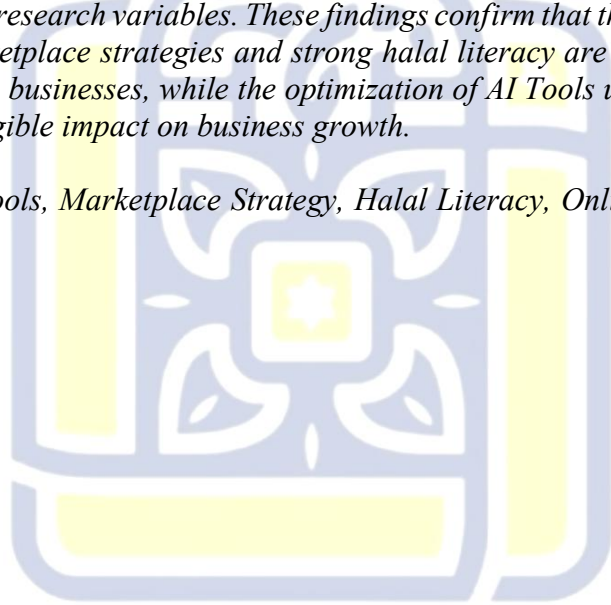
Kata Kunci : AI Tools, Strategi Marketplace, Literasi halal, Bisnis Online, Gen Z.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWA

ABSTRACT

This study analyzes the influence of AI Tools, marketplace strategies, and halal literacy on online businesses among Generation Z students in Lhokseumawe City. Generation Z, which is adaptive to digital technology, utilizes AI Tools and marketplace platforms to reach consumers, improve operational efficiency, and integrate halal values into their businesses. The research method used is quantitative with a survey of 180 active students who have run online businesses at three universities. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS 27. The results of the study show that marketplace strategies and halal literacy have a positive and significant effect on online businesses, while AI Tools partially have not shown a significant effect. Simultaneously, the three variables have a significant effect on Generation Z students' online businesses, with an Adjusted R² of 0.346, indicating that 34.6% of the variation in online businesses is explained by the research variables. These findings confirm that the implementation of effective marketplace strategies and strong halal literacy are key factors in the success of online businesses, while the optimization of AI Tools usage is needed to have a more tangible impact on business growth.

Keywords: *AI Tools, Marketplace Strategy, Halal Literacy, Online Business, Gen Z.*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWA

ABSTRAK

تتناول هذه الدراسة تحليل تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي، واستراتيجيات السوق الإلكترونية، والمعرفة بالحلال على الأعمال التجارية عبر الإنترنت بين طلاب الجيل زد في مدينة لوكسوماوي. يستخدم الجيل زد الذي يتميز بالتكيف مع التكنولوجيا الرقمية، أدوات الذكاء الاصطناعي ومنصات السوق الإلكترونية للوصول إلى المستهلكين، وتحسين كفاءة العمليات التشغيلية، ودمج القيم الحلال في أعمالهم. تم استخدام المنهج الكمي في البحث مع إجراء مسح شمل ١٨٠ طالبًا نشطًا سبق لهم إدارة أعمال عبر الإنترنت في ثلاث جامعات. تم ٢٧. أظهرت نتائج البحث SPSS تحليل البيانات باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد بواسطة برنامج أن استراتيجيات السوق الإلكترونية والمعرفة بالحلال لها تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية على الأعمال التجارية عبر الإنترنت، بينما لم تظهر أدوات الذكاء الاصطناعي تأثيرًا معنويًا بشكل جزئي. وبشكل متزامن المعدلة R^2 أثبتت المتغيرات الثلاثة تأثيرًا معنويًا على أعمال طلاب الجيل زد عبر الإنترنت، حيث بلغ قيمة ٠,٣٤٦. مما يشير إلى أن ٣٤,٦٪ من تباين الأعمال التجارية عبر الإنترنت يُفسر بواسطة متغيرات البحث تؤكد هذه النتائج أن تطبيق استراتيجيات السوق الإلكترونية الفعالة والمعرفة القوية بالحلال هما العاملان الرئيسيان في نجاح الأعمال التجارية عبر الإنترنت، في حين أن تحسين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ضروري لتحقيق تأثير ملموس أكبر على نمو الأعمال.

الكلمات المفتاحية: أدوات الذكاء الاصطناعي، استراتيجية السوق الإلكترونية، المعرفة بالحلال، الأعمال التجارية عبر الإنترنت، الجيل زد



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTANAH NAHRASIYAH
LHOKSEUMAWA