

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong sektor perbankan untuk menyediakan layanan keuangan berbasis aplikasi, salah satunya Mobile Banking *Byond by BSI*. Meskipun Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki basis nasabah yang besar, tingkat adopsi aplikasi *Byond by BSI* di kalangan Generasi Z masih relatif rendah, yang mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan niat penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan niat penggunaan Mobile Banking *Byond by BSI* pada Generasi Z di Kota Semarang, penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang diperluas dengan variabel religiusitas. Penelitian ini menggunakan teknis purposive sampling yang disebarakan kepada 385 responden Generasi Z di Kota Semarang. Analisis data dilakukan dengan regresi logistik mengingat variabel dependen berupa niat penggunaan bersifat dikotomis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social influence*, *price value*, dan *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Mobile Banking *Byond by BSI*, sedangkan *hedonic motivation* berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh negatif. Sementara itu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *religiosity* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor sosial, kebiasaan, serta persepsi nilai manfaat relatif terhadap biaya menjadi determinan utama niat penggunaan Mobile Banking di kalangan Generasi Z, sementara faktor utilitarian dan nilai religius belum menjadi pertimbangan dominan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan strategi peningkatan adopsi layanan digital yang selaras dengan karakteristik Generasi Z.

Kata Kunci: *Mobile Banking; Byond by BSI; Niat Menggunakan; Generasi Z; UTAUT2; Religiusitas*

FEB UNDIP