

ABSTRAK

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi *mobile banking* syariah saat ini adalah jumlah pengguna yang jauh lebih sedikit dibandingkan *mobile banking* konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor-faktor model UTAUT 2 yang dimodifikasi terhadap penggunaan *mobile banking* syariah pada nasabah.

Populasi penelitian adalah Generasi Z muslim pengguna *mobile banking* syariah di Kota Semarang yang disaring menjadi 100 sampel melalui pendekatan *sampling purposive*. Metode pengumpulan data adalah kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah *Partial Least Squares-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan niat Generasi Z muslim di Kota Semarang untuk menggunakan *mobile banking* syariah secara positif signifikan dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Perceived Credibility*, dan *Religiusitas*, tapi tidak dipengaruhi *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*. Ditemukan pula bahwa *Habit* dan *Behavioral Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual *mobile banking* syariah, sementara *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh sama sekali. Model penelitian terbukti kuat dalam menjelaskan 81,6% *behavioral intention* serta 76% *use behavior mobile banking* syariah.

Kata Kunci: Bank Syariah, *Mobile Banking*, Persepsi Kredibilitas, Religiusitas, UTAUT 2