

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan BSI Mobile di kalangan nasabah generasi z di Indonesia. Penelitian ini difokuskan pada investigasi hubungan antara empat variabel independen seperti variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan religiusitas terhadap keputusan penggunaan layanan BSI Mobile di kalangan nasabah generasi z di Indonesia.

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *online* kepada responden dengan menggunakan Google Form. Target populasi dari penelitian ini adalah nasabah generasi z pengguna BSI Mobile di Indonesia. Kuesioner *online* telah disebarakan terhadap 385 responden yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan program SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan BSI Mobile di kalangan nasabah generasi z di Indonesia.

Kata Kunci : TAM, BSI mobile, *mobile banking*, *Islamic mobile banking*, BSI