

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Functional Value, Social Value, Emotional Value, Conditional Value dan Epistemic Value* Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan BSI Mobile Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021-2024” ini ditulis oleh Aprilia Ika Firnanda, NIM 126401211006, dengan pembimbing Rafika Meilia Sari, S.E., M.M.

Kata Kunci: *Consumption Value*, Minat, BSI Mobile

Penelitian ini dilatar belakangi dengan perkembangan pesat perbankan syariah di Indonesia yang ditandai dengan peningkatan penggunaan layanan digital seperti *mobile banking*. Salah satu inovasi signifikan dalam industri ini adalah hadirnya BSI Mobile, sebuah aplikasi layanan perbankan berbasis syariah. Generasi Z, yang tumbuh di era digital, menjadi segmen penting dalam adopsi teknologi keuangan tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh *Functional value* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan BSI Mobile. (2) Untuk mengetahui pengaruh *Social Value* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan BSI Mobile. (3) Untuk mengetahui pengaruh *Emotional Value* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan BSI Mobile. (4) Untuk mengetahui pengaruh *Conditional Value* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan BSI Mobile. (5) Untuk mengetahui pengaruh *Epistemic Value* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan BSI Mobile. (6) Untuk mengetahui pengaruh *Functional Value, Social Value, Emotional Value, Conditional Value dan Epistemic Value* secara simultan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan BSI Mobile.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *sosiatif* dan data primer. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa prodi perbankan syariah UIN SATU Tulungagung angkatan 2021-2024 yang berjumlah 494 mahasiswa. Dengan sampel yang digunakan adalah 87 mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Functional value* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile (2) *Social value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile (3) *Emotional value* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile (4) *Conditional value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile (5) *Epistemic value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile (6) *Functional Value, Social Value, Emotional Value, Conditional Value dan Epistemic Value* berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan BSI Mobile.

ABSTRACT

This thesis, titled "The Influence Functional Value, Social Value, Emotional Value, Conditional Value dan Epistemic Value on Generation Z's Interest in Using BSI Mobile Services Study of Islamic Banking Students from the 2021–2024 Cohort," was written by Aprilia Ika Firnanda, NIM. 126401211006, under the guidance of Rafika Meilia Sari, S.E., M.M.

Keywords: Consumption Value, Interest, BSI Mobile

This research is motivated by the rapid development of Islamic banking in Indonesia, marked by the increasing use of digital services such as mobile banking. One of the significant innovations in this industry is the emergence of BSI Mobile, a Sharia-based banking service application. Generation Z, who grew up in the digital era, has become a crucial segment in the adoption of financial technology.

The objectives of this study are: (1) To determine the influence of Functional Value on Generation Z's interest in using BSI Mobile services. (2) To determine the influence of Social Value on Generation Z's interest in using BSI Mobile services. (3) To determine the influence of Emotional Value on Generation Z's interest in using BSI Mobile services. (4) To determine the influence of Conditional Value on Generation Z's interest in using BSI Mobile services. (5) To determine the influence of Epistemic Value on Generation Z's interest in using BSI Mobile services. (6) To determine the simultaneous influence of Functional Value, Social Value, Emotional Value, Conditional Value, and Epistemic Value on Generation Z's interest in using BSI Mobile services.

This research uses a quantitative approach with an associative research type and primary data. The sampling technique used is purposive sampling. The population of this study consists of 494 students from the Islamic Banking Study Program at UIN SATU Tulungagung, class of 2021–2024, with a sample of 87 students.

The research results show that: (1) Functional Value does not have a positive and significant influence on the interest in using BSI Mobile. (2) Social Value has a positive and significant influence on the interest in using BSI Mobile. (3) Emotional Value does not have a positive and significant influence on the interest in using BSI Mobile. (4) Conditional Value has a positive and significant influence on the interest in using BSI Mobile. (5) Epistemic Value has a positive and significant influence on the interest in using BSI Mobile. (6) Functional Value, Social Value, Emotional Value, Conditional Value, and Epistemic Value simultaneously influence the interest in using BSI Mobile.