

PENGARUH TINGKAT *PRICE VALUE* DAN TINGKAT *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN *MOBILE BANKING* (Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNIVERSITAS PASUNDAN Tahun Ajaran 2024 – 2025)

Nadia Marcewilan

Universitas pasundan, Bandung, Jawa Barat

Nadiamarcewilan30@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (i). Untuk mengetahui pengaruh *Price Value* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 – 2025 (ii). Untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 – 2025 (iii). Untuk mengetahui pengaruh *Price Value* dan *Social Influence* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 – 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan metode online survey menggunakan google form angket ini menggunakan skala likert data ordinal dengan lima kategori. Adapun hasil penelitian sebagai berikut: (i) *Price Value* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Angkatan 2022 dan 2023, memiliki rata-rata nilai sebesar 3,97 yang menyatakan bahwa *Price Value* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Angkatan 2022 dan 2023 termasuk kedalam kategori tinggi dari segi teorinya. Sehingga enam indikator *Price Value* menggambarkan variabel tersebut. (ii) *Social Influence* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Angkatan 2022 dan 2023, memiliki rata-rata nilai sebesar 3,72 yang menyatakan bahwa bahwa pemahaman *Social Influence* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Angkatan 2022 dan 2023 termasuk kedalam kategori tinggi dari segi teorinya. Sehingga empat belas indikator *Social Influence* menggambarkan variabel tersebut. (iii) *Price Value* dan *Social Influence* memiliki pengaruh yang tinggi terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Angkatan 2022 dan 2023, sebesar 42,5% selebihnya 57,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti, Oleh karena itu hipotesis yang diterima adalah terdapat pengaruh *Price Value* dan *Social Influence* terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : Tingkat *Price Value*, Tingkat *Social Influence*

**THE EFFECT OF PRICE VALUE LEVEL AND SOCIAL INFLUENCE
LEVEL ON INTEREST IN USING MOBILE BANKING SERVICES OF
ECONOMIC EDUCATION STUDENTS FKIP PASUNDAN UNIVERSITY
IN THE 2024-2025 ACADEMIC YEAR**

Nadia Marcewilan

Universitas Pasundan, Bandung, Jawa Barat

Nadiamarcewilan30@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine: (i). To determine the effect of Price Value on the interest in using Mobile Banking among students of Economics Education, FKIP, Pasundan University, Academic Year 2024-2025 (ii). To determine the effect of Social Influence on the interest in using Mobile Banking among students of Economics Education, FKIP, Pasundan University, Academic Year 2024-2025 (iii). To determine the effect of Price Value and Social Influence on the interest in using Mobile Banking among students of Economics Education, FKIP, Pasundan University, Academic Year 2024-2025. This study uses a quantitative approach with a survey method. The data collection technique uses a questionnaire with an online survey method using a google form. This questionnaire uses a Likert scale of ordinal data with five categories. The results of the study are as follows: (i) Price Value for Economic Education students, FKIP, Pasundan University, Class of 2022 and 2023, has an average value of 3.97, which states that Price Value for Economic Education students, FKIP, Pasundan University, Class of 2022 and 2023 is included in the high category in terms of theory. So that six Price Value indicators describe this variable. (ii) Social Influence for Economic Education students, FKIP, Pasundan University, Class of 2022 and 2023, has an average value of 3.72, which states that the understanding of Social Influence for Economic Education students, FKIP, Pasundan University, Class of 2022 and 2023 is included in the high category in terms of theory. So that fourteen Social Influence indicators describe this variable. (iii) Price Value and Social Influence have a high influence on the interest in using Mobile Banking among students of Economics Education, FKIP, Pasundan University, Class of 2022 and 2023, amounting to 42.5%, the remaining 57.5% is influenced by other factors not studied by the researcher. Therefore, the accepted hypothesis is that there is an influence of Price Value and Social Influence on the Interest in Using Mobile Banking, so H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: Price Value Level, Social Influence Level

**PANGARUH TINGKAT NILAI HARGA JEUNG TINGKAT PENGARUH
SOSIAL TERHADAP MINAT NGAGUNAKEUN JASA MOBILE
BANKING SISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS
PASUNDAN TAHUN AJARAN 2024-2025.**

Nadia Marcewilan

Universitas Pasundan, Bandung, Jawa Barat

Nadiamarcewilan30@gmail.com

RINGKESAN

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun nangtukeun: (i). Nangtukeun pangaruh Price Value kana minat ngagunakeun Mobile Banking di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Taun Ajaran 2024-2025 (ii). Nangtukeun pangaruh Pangaruh Sosial kana minat ngagunakeun Mobile Banking di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Taun Ajaran 2024-2025 (iii). Nangtukeun pangaruh Ajén Harga jeung Pangaruh Sosial kana minat ngagunakeun Mobile Banking di kalangan mahasiswa Pendidikan Ékonomi FKIP Universitas Pasundan Taun Ajaran 2024-2025. Ieu panalungtikan ngagunakeun pamarekan kuantitatif jeung métode survéy. Téhnik ngumpulkeun data ngagunakeun angkét kalayan métode survéy online ngagunakeun google form. Angkét ieu ngagunakeun skala Likert data ordinal anu lima kategori. Hasil panalungtikan nya éta: (i) Ajén Harga pikeun mahasiswa Pendidikan Ékonomi, FKIP, Universitas Pasundan, angkatan 2022 jeung 2023, rata-rata peunteun 3,97, nu nyebutkeun yén Ajén Harga pikeun mahasiswa Pendidikan Ékonomi, FKIP, Universitas Pasundan, angkatan 2022 jeung 2023 kaasup kana katégori luhur tina segi tiori. Janten genep indikator Niley Harga ngajelaskeun variabel ieu. (ii) Pangaruh Sosial Mahasiswa Pendidikan Ékonomi FKIP Universitas Pasundan angkatan 2022 jeung 2023 rata-rata peunteun 3,72 anu nétélakeun yén pamahaman Pangaruh Sosial pikeun mahasiswa Pendidikan Ékonomi FKIP Universitas Pasundan angkatan 2022 jeung 2023 téh kaasup kana katégori luhur tina segi tiori. Ku kituna opat belas indikator Pangaruh Sosial ngajelaskeun variabel ieu. (iii) Ajén Harga jeung Pangaruh Sosial miboga pangaruh anu luhur kana minat ngagunakeun Mobile Banking di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan angkatan 2022 jeung 2023, jumlahna 42,5%, sésana 57,5% dipangaruhan ku faktor séjén anu henteu ditalungtik ku panalungtik. Ku kituna, hipotésis anu ditarima nyaéta aya pangaruh Nilai Harga jeung Pangaruh Sosial kana Minat Ngagunakeun Mobile Banking, ku kituna H_0 ditolak sarta H_a ditarima.

Konci: Tingkat Niley Harga ,Tingkat Pangaruh Sosial