

ABSTRAK

Perubahan teknologi juga mendorong perubahan dalam layanan perbankan. Layanan perbankan menyediakan sistem *online* untuk memudahkan nasabah. *Mobile Banking* menjadi salah satu layanan yang paling banyak digunakan oleh Masyarakat. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi sektor perbankan sehingga harus mengetahui apa saja faktor-faktor mempengaruhinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *attitude toward behavior*, *perceived behavioural control*, *subjective norm*, literasi keuangan syariah, dan *brand image* terhadap niat menggunakan Bank Aladin Syariah. Penelitian dilakukan secara kuantitatif terhadap 141 calon nasabah Bank Aladin Syariah. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner diukur berdasarkan indikator masing-masing variabel dan diukur dengan Skala *Liket* lima poin. Metode penelitian kuantitatif ini menggunakan SPSS 29 dengan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude toward behavior* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan Bank Aladin Syariah. *perceived behavioural control* juga berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan Bank Aladin Syariah. Selanjutnya *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan Bank Aladin Syariah. Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan Bank Aladin Syariah. Variabel terakhir *brand image* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan Bank Aladin Syariah. Selain itu, hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi kepada pihak Bank Aladin Syariah untuk mengetahui faktor yang berpengaruh dan paling signifikan mempengaruhi niat calon nasabah menggunakan Bank Aladin, sehingga diharapkan ada strategi meningkatkan jumlah calon nasabah kedepannya.

Kata Kunci: *Attitude Toward Behavior*, *Perceived Behavioural Control*, *Subjective Norm*, Literasi Keuangan Syariah, *Brand Image*, Niat