

ABSTRAK

Pemanfaatan berbagai teknologi di bidang layanan keuangan telah membawa perubahan yang signifikan pada industri perbankan. Perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah digital mendorong perbankan mengakselerasi proses transformasi menuju perbankan digital. Bank digital syariah merupakan salah satu inovasi yang berpotensi meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia. Bank digital syariah yang melakukan pelayanan secara online dan tanpa cabang menjadi salah satu alasannya. Karena aksesibilitas bank digital syariah bisa menjangkau seluruh wilayah di Indonesia tanpa harus membuka cabang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan bank digital syariah dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dimodifikasi. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara online. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 125 responden generasi milenial pengguna bank jago syariah dan bank aladin syariah. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *structural equation model* dengan alat analisis SmartPLS 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *self efficacy*, dan *consumer innovativeness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank digital syariah. Namun, terdapat variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu *perceived usefulness* dan *subjective norms*.

Kata Kunci : Bank Digital Syariah, *Technology Acceptance Model*, *Subjective Norms*, *Self Efficacy*, *Consumer Innovativeness*