

ABSTRAK

Penggunaan teknologi dan informasi dalam industri perbankan telah memberikan dampak yang signifikan bagi bank, yang mengarah pada munculnya layanan keuangan baru yang dikenal sebagai *digital banking*. Bank Aladin Syariah sebagai salah satu bank digital syariah memiliki potensi untuk berkembang pesat dan menjadi salah satu alternatif yang menarik bagi masyarakat Indonesia yang menginginkan layanan *digital banking* berbasis syariah. Meskipun potensinya besar, pada kenyataannya pengguna Bank Aladin Syariah masih relatif rendah, dengan persentase pengguna yang masih 2.20% dari jumlah penduduk muslim di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang memengaruhi intensi Generasi Z untuk menggunakan layanan *digital banking* Bank Aladin Syariah

Penelitian ini menggunakan model UTAUT 2 sebagai konstruk penelitian dan memadukan *religiosity* untuk mengidentifikasi perilaku Generasi Z di Indonesia dalam menggunakan layanan *digital banking* yang berbasis syariah. Populasi pada penelitian ini yaitu Generasi Z di Indonesia. Teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan kriteria responden yang sudah ditentukan. Pengambilan data sampel dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 290 responden Generasi Z di seluruh Indonesia. Metode pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi logistik biner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit* dan *religiosity* berpengaruh positif terhadap intensi Generasi Z untuk menggunakan layanan *digital banking* Bank Aladin Syariah

Kata kunci: *Digital Banking*, *Behavioral intention*, *UTAUT 2*, *Religiosity*