

## ABSTRAK

Pada era modern ini, teknologi yang berkembang di kehidupan manusia telah memberikan perubahan yang menyeluruh dalam kegiatan bertransaksi. Adanya teknologi tersebut membuat perbankan harus melakukan pemasarannya terhadap pelanggannya melalui teknologi, atau seringkali disebut secara digital. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor Pembentuk *Intention to Use* dan Implikasinya terhadap *Intention to Recommend* yang dilakukan pada Bank Digital SeaBank. Bank Digital SeaBank merupakan bank swasta yang berafiliasi dengan Shopee. Penelitian data ini menggunakan teknik pengumpulan data survei online dengan sampel 90 responden yang merupakan generasi z dan telah mengetahui, mengenali dan menggunakan bank digital SeaBank. Metode pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (SEM). Tentunya hasil data penelitian ini diolah dengan menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0.

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini yakni sebagai berikut: 1) *Performance Expectancy* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*, 2) *Effort Expectancy* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Performance Expectancy* dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*, 3) *Facilitating Conditions* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*, 4) *Social Influence* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*, 5) *Security* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*, 6) *Reward* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*, 7) *Risk* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* dan berpengaruh signifikan terhadap *Anxiety*, 8) *Anxiety* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*, 9) *Intention to Use* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Recommend*, 10) *Compatibility* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*.

**Kata Kunci:** *Digital Banking, UTAUT model, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, Social Influence, Security, Reward, Risk, Anxiety, Compatibility, Intention to Use, Intention to Recommend*