

## ABSTRAK

Terjadinya penelitian ini dikarenakan adanya fenomena gap yaitu Bank Jago menduduki peringkat satu sebagai Bank Digital yang paling banyak diunduh akan tetapi Bank Jago tertinggal dalam segi nasabah jika dibandingkan dengan bank lainnya. Studi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antar *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *social influence*, dan *behavioral intention to use* dalam layanan *digital banking* Bank Jago. Versi terbaru dari model penerimaan teknologi dipakai pada penelitian ini (TAM). Purposive sampling digunakan, dan 400 pengguna platform perbankan online Bank Jago dipilih secara acak. Google Formulir dipakai untuk survei yang dipakai untuk mengumpulkan data. Uji validitas dan reliabilitas serta pengujian hipotesis dilakukan dengan memakai program Smart PLS 3. Menurut temuan analisis data, mengatakan bahwasanya *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*.

**Kata Kunci :** *Digital banking*, Bank Jago, *Technology Acceptance Model*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *social influence*, *behavioral intention to use*