

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi bank digital SeaBank oleh Generasi Z dengan mengintegrasikan model Technology Acceptance Model (TAM) dan AIDA. Data dikumpulkan melalui survei dari 150 responden Generasi Z, dan dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhatian *attention*, *interest*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*, *desire*, dan *behavioral intention* Generasi Z dalam menggunakan SeaBank. Integrasi model TAM dan AIDA terbukti efektif dalam menjelaskan adopsi aplikasi bank digital ini.

Implikasi dari penelitian ini, SeaBank perlu memperkuat strategi pemasaran untuk menarik perhatian awal Generasi Z, terus meningkatkan persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan aplikasi, serta menyediakan layanan dan dukungan pelanggan yang optimal. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembang aplikasi bank digital dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan penggunaan aplikasi bank digital.

**Kata kunci : Perbankan Digital, Generasi Z, *Technology Acceptance Model* (TAM), AIDA Model, SeaBank.**

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the factors that influence Generation Z's use of the SeaBank digital banking application by integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and AIDA models. Data was collected through a survey of 150 Generation Z respondents and analyzed using PLS-SEM. The results show that initial attention, interest, perceived usefulness, and perceived ease of use have a positive and significant influence on Generation Z's attitudes, desires, and behavioral intentions in using SeaBank. The integration of the TAM and AIDA models has proven effective in explaining the adoption of this digital banking application.*

*The implication of this study is that SeaBank needs to strengthen its marketing strategy to attract the initial attention of Generation Z, continue to improve the perceived usefulness and ease of use of the application, and provide optimal customer service and support. The results of this study can be a reference for digital banking application developers and policy makers in formulating effective strategies to increase the use of digital banking applications.*

**Keywords:** *Digital Banking, Generation Z, Technology Acceptance Model (TAM), AIDA Model, SeaBank.*