

ABSTRAK

Aplikasi Pegadaian Digital *Service* merupakan salah satu inovasi digital yang dirancang untuk memberikan kemudahan kepada nasabah PT. Pegadaian dalam melakukan transaksi secara efisien dan transparan. Namun, tingkat adopsi aplikasi ini masih menghadapi tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi Pegadaian Digital *Service* dengan menggunakan *pendekatan Extended Technology Acceptance Model (ETAM)*. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 400 nasabah PT. Pegadaian sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* dan dianalisis menggunakan teknik statistik, termasuk analisis regresi. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Personal Innovativeness*, *Social Influence*, dan *Perceived Security*, sedangkan variabel dependen adalah *Behavioral Intention to Use* dan *Actual Usage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*, dengan *Perceived Usefulness* sebagai variabel yang paling dominan. Selain itu, *Behavioral Intention to Use* juga secara signifikan memengaruhi *Actual Usage* aplikasi. Temuan ini mengindikasikan pentingnya meningkatkan kepercayaan nasabah dan memberikan pengalaman penggunaan yang mudah untuk mendorong adopsi aplikasi Pegadaian Digital *Service*. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi PT. Pegadaian dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pengoptimalan fitur aplikasi untuk meningkatkan kepuasan dan penggunaan nasabah. Studi ini juga berkontribusi pada literatur terkait penerapan ETAM dalam konteks aplikasi keuangan digital di Indonesia.

Kata Kunci: *Pegadaian Digital Service, Extended Technology Acceptance Model (ETAM), Behavioral Intention to Use, Actual Usage*