

ABSTRACT

ANALYSIS OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON CUSTOMER INTEREST IN USING THE DIGI APPLICATION AT PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk, PANUMBANGAN SUBSIDIARY OFFICE

(A Case Study on Customers of PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, Panumbangan Subsidiary Office)

By:

Annisa Hafsari

NIM 233404029

Guide I : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si

Guide II : Dr. Wilman San Marino, S.E M.M., CFP

This study aims to analyze the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on customer interest in using the DIGI application at PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, Panumbangan Subsidiary Office. The research employed a quantitative method with data collected through questionnaires. The sample consisted of 99 customers who have active accounts, have not yet used the DIGI application, but have been exposed to information through electronic media. Respondents were selected using purposive sampling technique. Data were analyzed using simple linear regression. The results showed that Electronic Word of Mouth (E-WOM) has a significant positive influence on customer interest, with a regression coefficient of 1.107 and a significance value of $p < 0.001$. The R Square value of 0.608 indicates that 60.8% of the variation in customer interest can be explained by the E-WOM variable, while the remaining 39.2% is influenced by other factors outside this study. Descriptively, Electronic Word of Mouth (E-WOM) falls into the "very good" category with a total score of 3,469, and customer interest also falls into the "good" category with a total score of 4,766. It is recommended that PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk improve the transparency of information regarding fees and service terms of the DIGI application, as well as encourage Users to share positive recommendations through social media. Future research is suggested to examine other factors beyond E-WOM that influence customer interest, such as perceived ease of use, perceived usefulness, trust, and system security levels.

Keywords: *Electronic Word of Mouth (E-WOM), Customer Interest, DIGI Application, Mobile Banking, Bank BJB.*

ABSTRAK

ANALISIS *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN APLIKASI DIGI PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk, KANTOR CABANG PEMBANTU PANUMBANGAN

(Studi Kasus Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, KCP Panumbangan)

Oleh:

Annisa Hafsari

NIM 233404029

Pembimbing I : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si

Pembimbing II : Dr. Wilman San Marino, S.E M.M., CFP

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan aplikasi DIGI pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, Kantor Cabang Pembantu Panumbangan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 99 responden nasabah yang memiliki rekening aktif, belum menggunakan aplikasi DIGI, namun pernah terpapar informasi melalui media elektronik. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis dengan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dengan koefisien regresi sebesar 1,107 dan nilai signifikansi $p < 0,001$. Nilai R Square sebesar 0,608 mengindikasikan bahwa 60,8% variasi Minat Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel E-WOM, sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Secara deskriptif, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berada dalam kategori sangat baik dengan skor total 3.469, dan Minat Nasabah juga berada dalam kategori baik dengan skor total 4.766. Disarankan agar PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk meningkatkan transparansi informasi mengenai biaya dan ketentuan layanan DIGI, serta mendorong nasabah pengguna untuk membagikan rekomendasi positif melalui media sosial. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain di luar E-WOM yang memengaruhi Minat Nasabah, seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, dan tingkat keamanan sistem.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Minat Nasabah, Aplikasi DIGI, *Mobile Banking*, Bank BJB.