

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR.....	iiiiv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
1.5.1 Lokasi Penelitian	10
1.5.2 Waktu Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
2.1.2 Customer Decision Making Theory	14
2.1.3 Electronic -Word of Mouth	16
2.1.3.1 Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM).....	16
2.1.3.2 Karakteristik <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM).....	17
2.1.3.3 Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM).....	18
2.1.3.4 Konsep Kerja e-WOM dalam Memengaruhi Keputusan Konsumen	
21	
2.1.4 Keputusan Pembelian	22

2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.1.4.2	Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.3	Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
2.1.4.4	Indikator Keputusan Pembelian	26
2.1.5	<i>Onboarding Digital</i>	30
2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3	Kerangka Pemikiran	38
2.4	Hipotesis	42
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN		43
3.1	Objek Penelitian	43
3.1.1	Gambaran Umum PT Bank Central Asia Tbk.....	43
3.2	Metode Penelitian	45
3.2.1	Jenis Penelitian	45
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	46
3.3	Teknik Pengumpulan Data	53
3.4	Jenis dan Sumber Data	55
3.5	Populasi dan Sampel.....	56
3.5.1	Populasi	56
3.5.2	Sampel	57
3.6	Paradigma Penelitian	58
3.6.1	Teknik Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		66
4.1	Hasil Penelitian.....	66
4.1.1	Deskripsi Data Penelitian	66
4.1.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	66
4.1.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lahir	67
4.1.1.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.1.2	Analisis Data Penelitian.....	70
4.1.2.1	Uji Kualitas Data	70
4.1.2.2	Uji Statistik Deskriptif.....	73
4.1.2.3	Klasifikasi Penilaian dan Rekapitulasi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	75

4.1.2.4 Klasifikasi Penilaian dan Rekapitulasi Variabel Keputusan Keputusan Penggunaan Layanan Onboarding pada Aplikasi myBCA.....	86
4.1.2.5 Uji Asumsi Klasik	96
4.1.2.6 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	100
4.1.2.7 Uji Hipotesis (Uji T).....	101
4.1.2.8 Koefisien Determinasi	103
4.2 Pembahasan	104
4.2.1 <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM) Pada Layanan <i>Onboarding</i> <i>Digital</i> Melalui Aplikasi myBCA pada PT Bank Central Asia Kantor Cabang Tasikmalaya.....	104
4.2.2 Keputusan Menggunakan Pada Layanan <i>Onboarding Digital</i> Melalui Aplikasi myBCA pada PT Bank Central Asia Kantor Cabang Tasikmalaya.....	110
4.2.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM) Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan <i>Onboarding Digital</i> Melalui Aplikasi myBCA pada PT Bank Central Asia Kantor Cabang Tasikmalaya.....	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1 Simpulan.....	121
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN.....	130