

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA. e-WOM sebagai variabel independen merupakan informasi, ulasan, komentar, testimoni, maupun rekomendasi yang disampaikan oleh pengguna lain melalui *media digital* mengenai layanan *onboarding digital* myBCA. Sementara itu, keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* sebagai variabel dependen merupakan keputusan nasabah Generasi Z untuk menggunakan layanan pembukaan rekening atau aktivasi layanan perbankan secara *digital* melalui aplikasi myBCA. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada sejauh mana e-WOM memengaruhi keputusan nasabah Generasi Z PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya dalam menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.

3.1.1 Gambaran Umum PT Bank Central Asia Tbk

Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank swasta terbesar di Indonesia. Cikal bakalnya berawal dari NV Perseroan Dagang *Dan Industrie Semarang Knitting Factory* yang didirikan pada 10 Agustus 1955 sebagai perusahaan tekstil di Semarang.

Pada 21 Februari 1957, perusahaan ini bertransformasi menjadi bank dan mulai beroperasi dengan nama NV Bank Centraal Asia (kemudian disederhanakan menjadi PT Bank Central Asia). Kantor pusat awalnya di Semarang, lalu

dipindahkan ke Jakarta (kawasan Asemka sebagai cabang pertama). Pendiri utamanya adalah *Liem Sioe Liong* (kemudian dikenal sebagai Sudono Salim) bersama rekannya.

Salah Satu layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Layanan digital bank yang dikenal sebagai *Mobile Banking* merupakan layanan yang muncul sebagai bagian dari kemajuan teknologi di dunia perbankan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi dalam mengakses layanan keuangan. *Mobile Banking* memungkinkan pengguna (nasabah) melakukan berbagai transaksi keuangan melalui ponsel atau tablet dengan terhubung ke internet (Akbar, 2025).

Fasilitas yang memberikan kesempatan kepada pelanggan (pengguna) melangsungkan transaksi perbankan menggunakan ponsel atau *smartphone* adalah pengertian dari *mobile banking*. Fasilitas tersebut diberikan oleh bank dengan cara mengunduh aplikasi dan dipasang didalam ponsel, sehingga nasabah dapat mengakses berbagai fitur perbankan dengan mudah. Beberapa versi mobile banking juga dapat diakses lewat menu di kartu SIM (SIM Toolkit), yang memungkinkan transaksi tanpa perlu koneksi internet (Rahmi et al., 2023)

“myBCA adalah aplikasi digital platform terbaru yang diperkenalkan oleh Bank Central Asia (BCA). Aplikasi ini penggabungan dari aplikasi sebelumnya yakni BCA Mobile dan Klik BCA” (Akbar, 2025).

Bank Central Asia mengembangkan aplikasi bernama myBCA yang memungkinkan nasabah (pengguna) melangsungkan bermacam kegiatan perbankan secara online dengan bantuan perangkat bergerak, yakni *smartphone* dan

tablet. Aplikasi ini memberi peluang kepada setiap nasabahnya (pengguna) melangsungkan kegiatan perbankan diantaranya: transfer dana, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, dan lain-lain. Aplikasi myBCA memiliki banyak keunggulan, salah satunya adalah kemudahan penggunaan dan tingkat keamanan yang tinggi. Aplikasi ini memiliki sistem keamanan seperti token dan kode OTP untuk menjaga semua transaksi aman. Selain itu, nasabah (pengguna) dapat mengakses rekening mereka pada waktu apapun dan diberbagai tempat tanpa perlu mengunjungi kantor cabang (Akbar, 2025).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini sesuai digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) sebagai variabel independen dan keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA sebagai variabel dependen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode verifikatif. Metode verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu melalui pengolahan data secara empiris. Dalam penelitian ini, metode verifikatif digunakan untuk membuktikan apakah e-WOM

berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA pada nasabah Generasi Z PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, yaitu adanya pengaruh positif e-WOM terhadap keputusan penggunaan layanan *onboarding digital* myBCA.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah cara peneliti menjabarkan atau mendefinisikan variabel penelitian menjadi sesuatu yang konkret dan dapat diukur secara empiris melalui indikator-indikator tertentu. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yang diukur secara langsung, yaitu E-WOM sebagai variabel bebas (X) yang dijabarkan ke dalam empat indikator meliputi *intensity*, *valence of opinion* dan *content*, serta Keputusan penggunaan layanan *onboarding* pada aplikasi myBCA sebagai variabel terikat (Y) yang dijabarkan ke dalam empat indikator meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur dan waktu pembelian.

Tabel 3. 1

Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator Spesifik	Skala
<i>Electronic Word of Mouth (e-WOM) (X)</i>	e-WOM adalah informasi, ulasan, komentar, rekomendasi, atau pengalaman pengguna mengenai layanan <i>onboarding digital</i> myBCA yang disampaikan melalui media elektronik, seperti ulasan aplikasi, media sosial, <i>forum digital</i> , atau <i>platform online</i> lainnya. Definisi ini diadaptasi dari konsep e-WOM menurut Hennig-Thurau et al. (2004).	<i>Platform Assistance</i>	1. Calon nasabah mengunjungi platform ulasan digital (seperti Google Play Store, App Store, atau media sosial) untuk mencari informasi mengenai layanan <i>onboarding digital</i> myBCA.	Ordinal
			2. Calon nasabah menemukan banyak ulasan atau komentar pengguna mengenai proses <i>onboarding digital</i> myBCA di berbagai <i>platform daring</i> .	Ordinal
		<i>Venting Negative Feeling</i>	3. Calon nasabah membaca ulasan negatif pengguna yang mengungkapkan kekecewaan terhadap kendala verifikasi identitas atau kegagalan aktivasi pada layanan <i>onboarding digital</i> myBCA.	Ordinal
			4. Ulasan negatif dari pengguna lain mengenai gangguan teknis atau error aplikasi myBCA membuat calon nasabah lebih berhati-hati sebelum menggunakan	Ordinal

			layanan <i>onboarding digital</i> .	
		<i>Concern for Other Consumer</i>	5. Calon nasabah mempertimbangkan saran atau peringatan dari pengguna lain mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan saat menggunakan layanan <i>onboarding digital myBCA</i> .	Ordinal
			6. Ulasan pengguna yang bertujuan membantu sesama konsumen memengaruhi pertimbangan calon nasabah dalam menggunakan layanan <i>onboarding digital myBCA</i> .	Ordinal
		<i>Expressing Positive Emotion</i>	7. Ulasan positif pengguna yang mengungkapkan kepuasan terhadap kemudahan registrasi atau kecepatan verifikasi myBCA mendorong calon nasabah untuk menggunakan layanan <i>onboarding digital</i> .	Ordinal
			8. Cerita pengalaman memuaskan pengguna setelah berhasil membuka rekening melalui <i>onboarding digital myBCA</i> meningkatkan keyakinan calon nasabah untuk	Ordinal

			mencoba layanan tersebut.	
		<i>Social Benefits Motif</i>	9. Rekomendasi dari komunitas daring atau kelompok referensi mengenai kemudahan penggunaan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA memengaruhi keputusan calon nasabah.	Ordinal
			10. Pengakuan dan rekomendasi dari pengguna aktif di media sosial mengenai layanan <i>onboarding digital</i> myBCA memengaruhi persepsi calon nasabah terhadap layanan tersebut.	Ordinal
		<i>Economic Incentive</i>	11. Calon nasabah tertarik menggunakan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA setelah membaca ulasan pengguna yang menyebutkan adanya kemudahan akses promosi atau keuntungan finansial tertentu.	Ordinal
			12. Informasi mengenai manfaat atau insentif yang diperoleh melalui penggunaan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA yang tersebar di platform daring memengaruhi	Ordinal

			keputusan calon nasabah.	
		<i>Helping the Company</i>	13. Ulasan positif dari pengguna yang ingin mendukung BCA dengan membagikan pengalaman baik mereka dalam menggunakan layanan onboarding digital myBCA memengaruhi persepsi calon nasabah.	Ordinal
			14. Calon nasabah merasa lebih percaya terhadap layanan <i>onboarding digital myBCA</i> setelah membaca ulasan pengguna yang secara sukarela mempromosikan layanan tersebut karena kepuasan yang dirasakan.	Ordinal
		<i>Advice Seeking</i>	15. Calon nasabah aktif mencari panduan atau rekomendasi dari pengguna lain mengenai tahapan registrasi dan verifikasi pada layanan <i>onboarding digital myBCA</i> sebelum menggunakannya.	Ordinal
			16. Calon nasabah membaca komentar atau jawaban pengguna lain di platform daring untuk mendapatkan solusi atas	Ordinal

			pertanyaan atau kekhawatiran seputar penggunaan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA.	
Keputusan Penggunaan Layanan <i>Onboarding Digital</i> (Y)	Keputusan penggunaan layanan <i>onboarding digital</i> adalah proses pengambilan keputusan calon nasabah atau nasabah Generasi Z dalam memilih dan menggunakan layanan registrasi, verifikasi identitas, pembukaan rekening, serta aktivasi layanan perbankan digital melalui aplikasi myBCA. Definisi ini diadaptasi dari tahapan keputusan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016), dengan penyesuaian pada konteks penggunaan layanan	Pengenalan Kebutuhan	1. Nasabah menyadari kebutuhan untuk membuka rekening atau mengakses layanan perbankan secara digital.	Ordinal
			2. Nasabah membutuhkan layanan perbankan yang dapat digunakan tanpa harus datang ke kantor cabang.	Ordinal
			3. Nasabah merasa layanan <i>onboarding digital</i> myBCA sesuai dengan kebutuhan transaksi dan aktivitas finansial sehari-hari.	Ordinal
		Pencarian Informasi	1. Nasabah mencari informasi mengenai cara registrasi atau pembukaan rekening melalui aplikasi myBCA.	Ordinal
			2. Nasabah mencari informasi mengenai keamanan dan keandalan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA.	Ordinal
			3. Nasabah mempertimbangkan ulasan pengguna lain sebelum menggunakan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA.	Ordinal

	digital perbankan.	Evaluasi Alternatif	1. Nasabah membandingkan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA dengan layanan digital bank lain.	Ordinal
			2. Nasabah mempertimbangkan kemudahan proses registrasi myBCA dibandingkan layanan bank lain.	Ordinal
			3. Nasabah mempertimbangkan keamanan data pribadi sebelum memutuskan menggunakan <i>onboarding digital</i> myBCA.	Ordinal
			4. Nasabah mempertimbangkan reputasi BCA sebagai dasar dalam memilih layanan <i>onboarding digital</i> myBCA.	Ordinal
		Keputusan Penggunaan	1. Nasabah memutuskan menggunakan layanan <i>onboarding digital melalui</i> aplikasi myBCA.	Ordinal
			2. Nasabah memilih myBCA sebagai kanal untuk melakukan registrasi, pembukaan rekening, atau aktivasi layanan digital.	Ordinal
			3. Nasabah bersedia menyelesaikan seluruh tahapan <i>onboarding digital</i> ,	Ordinal

			termasuk verifikasi identitas dan aktivasi akun.	
		Perilaku Pasca Penggunaan	1. Nasabah merasa puas setelah menggunakan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA.	Ordinal
			2. Nasabah bersedia menggunakan kembali layanan digital BCA setelah proses <i>onboarding</i> berhasil dilakukan.	Ordinal
			3. Nasabah bersedia merekomendasikan layanan <i>onboarding digital</i> myBCA kepada orang lain.	Ordinal
			4. Nasabah bersedia memberikan ulasan positif mengenai pengalaman menggunakan <i>onboarding digital</i> myBCA.	Ordinal

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dipilih sebagai teknik pengumpulan data karena dinilai efektif dan efisien dalam memperoleh data dari responden, di mana kuesioner

kepada nasabah gen Z yang berkaitan dengan variabel e-WOM dan Keputusan penggunaan layanan onboarding pada aplikasi myBCA. Menurut (Sugiyono, 2019), kuesioner dapat berupa pertanyaan / pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos dan internet. Pada penelitian ini skala ukur yang digunakan yaitu skala likert. Dalam skala likert terdapat pertanyaan yang akan diisi oleh responden. Responden akan mengisi atau menjawab pertanyaan sesuai dengan pengukuran dari skala likert. Jawaban responden dibagi dalam lima kategori penilaian, antara lain:

Tabel 3. 2

Skala Pengukuran

Alternatif Jawaban	Akronim	Skor Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2019)

2. Studi Pustaka

Selain kuesioner, penelitian ini juga menggunakan studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data pendukung. Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dan menelaah berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka dipilih sebagai teknik pendukung karena memberikan landasan teoritis yang kuat dalam memahami konsep-konsep yang berkaitan dengan variabel penelitian. Dalam penelitian ini,

studi pustaka digunakan untuk memperoleh landasan teori mengenai e-WOM dan Keputusan penggunaan layanan *onboarding* pada aplikasi myBCA.

3. Observasi

Penelitian ini juga menggunakan observasi sebagai teknik pengumpulan data awal. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung objek yang diteliti sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai kondisi di lapangan. Observasi dipilih sebagai teknik pengumpulan data awal karena dinilai mampu memberikan informasi faktual mengenai kondisi dan karakteristik subjek penelitian sebelum penyebaran kuesioner dilakukan. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung di PT Bank Central Asia KC Tasikmalaya.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Untuk jenis dan sumber data yang diperlukan, pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan (scoring). Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner.
- b. Sumber data

Dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian, peneliti menggunakan dua sumber data yang terdiri

dari data primer dan data sekunder. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data utama dalam penelitian ini. Data primer adalah sumber data yang memberikan data secara langsung kepada responden. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung dari Nasabah Gen Z melalui penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan mengenai e-WOM dan Keputusan penggunaan layanan onboarding pada aplikasi myBCA.

2. Data Sekunder

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai data pendukung. Menurut Sugiyono (2017), sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan dari pihak lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur seperti buku teks, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, serta informasi resmi dari website Bank BCA.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekadar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Dalam

penelitian ini, populasinya yaitu nasabah Gen Z di PT BCA KC Kota Tasikmalaya sebanyak 521 nasabah. Jumlah populasi tersebut diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan bersama *Customer Service* PT Bank Central Asia (BCA) Kantor Cabang Kota Tasikmalaya, yang memberikan informasi mengenai data nasabah generasi Z.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang dipilih untuk mewakili populasi tersebut dalam sebuah penelitian. Sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat dijangkau serta memiliki sifat yang sama dengan populasi yang diambil sampelnya tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampling dengan pendekatan *purposive sampling*. *Purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini dipilih karena responden yang dibutuhkan dalam penelitian harus memiliki karakteristik yang relevan dengan variabel yang diteliti, yaitu terkait e-WOM dan keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.

Populasi dan objek ini terlalu luas baik dari segi jangkauan maupun jumlah elemen yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1). Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (10%) = 0,1

Sehingga:

$$n = \frac{521}{1 + 500 (0,1)^2} = \frac{521}{6.21} = 83.897 \text{ dibulatkan menjadi } 84 \text{ responden}$$

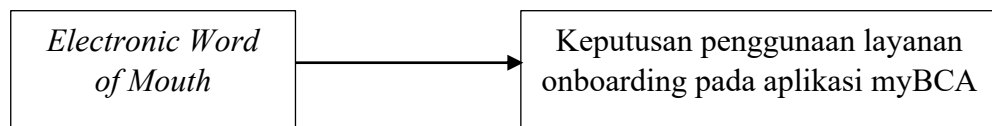
Berdasarkan hasil perhitungan sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 84 responden.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan nasabah PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Responden berdomisili di Kota Tasikmalaya.
3. Responden termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu berusia 17–29 tahun.
4. Responden mengetahui layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.
5. Responden sedang menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.

3.6 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka berpikir atau pola pandang mendasar yang digunakan peneliti untuk memahami sebuah fenomena dan menemukan solusi atas suatu permasalahan. Adapun paradigma dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3. 1
Paradigma Penelitian

3.6.1 Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu keakuratan antara data yang diperoleh dengan data sebenarnya yang dihasilkan oleh objek yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan/pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2019). Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan yaitu:

- 1) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ pada signifikan 0,05 atau 5% maka pernyataan tersebut valid.
- 2) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ pada signifikan 0,05 atau 5% maka pernyataan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *Cronbach's Alpha*.

Uji reliabilitas adalah suatu proses evaluasi yang menggambarkan seberapa jauh suatu pengukuran dapat dilakukan tanpa adanya bias atau kesalahan, bertujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi jawaban individu terhadap pernyataan-pernyataan dalam suatu kuesioner. jika jawaban dari responden atas pertanyaan tersebut konstan atau stabil dari waktu ke waktu maka kuesioner tersebut dikatakan reliabel. Uji Reliabilitas diukur dengan bantuan program SPSS yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas menurut Ghazali 2018 adalah:

- a. Apabila *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ atau 60% maka pernyataan tersebut reliabel.
- b. Apabila *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ atau 60% maka pernyataan tersebut tidak reliabel.

2. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X dan variabel Y. Menurut Sugiyono, 2018 dalam (Susi Rahmawati, 2023) analisis Deskriptif, merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan

yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori pilihan jawaban dan kemudian dijumlahkan. Hasil rekapitulasi jawaban responden akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik *non parametrik* yaitu mean.

Setelah diketahui skor rata-rata maka hasil tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Dimana:

- a. Nilai minimum : 1
- b. Nilai maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$
- d. NJI (Nilai Jenjang Interval) : $\frac{5-1}{5} = 0,8$

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang diamati berdistribusi normal, (Ghozali, 2018). Normalitas penting untuk memastikan bahwa analisis *Statistik Parametrik* dapat diterapkan dengan tepat. Pengujian

normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS. Kriteria pengujiannya adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, data berdistribusi tidak normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, data berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas mengevaluasi apakah model Regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari *Residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain, (Ghozali, 2018). Menurut Widana & Muliani (2020), agar tidak menyebabkan bias pada model analisis regresi Pengujian ini penting untuk memastikan kecocokan model *Regresi*. Metode yang digunakan adalah *Scatterplot* dan *Glejser*.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji Regresi Linier Sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent variable, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat atau dependent variable. Analisis regresi linier sederhana terdapat persamaan regresi yaitu hanya satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Analisis regresi linier adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang dengan berdasarkan data masa lalu, atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen) adalah menggunakan regresi linier.

Sebelum melakukan analisis regresi linier sederhana, data perlu diubah dari ordinal menjadi data interval melalui *Method of Successive Interval* (MSI). Metode

tersebut merupakan metode untuk menaikkan skala ordinal menjadi skala interval. Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* atau disebut juga dengan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) Version 20.

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tak bebas (dependent). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent).

Adapun metode-metode yang digunakan antara lain:

$$Y = a + b.X + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan penggunaan layanan onboarding pada aplikasi myBCA
(Variabel Terikat)

X = *Electronic Word of Mouth* (Variabel Bebas)

a = Konstanta Regresi (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) sebagai variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA sebagai variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t, karena penelitian ini ingin menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta = 0$ Artinya, *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.

$H_1: \beta \neq 0$ Artinya, *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.

Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya e-WOM tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.
2. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya e-WOM berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.

Dengan demikian, apabila hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen, yaitu *Electronic Word of Mouth* (e-WOM),

dalam menjelaskan variasi variabel dependen, yaitu keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA. Nilai R^2 berada pada rentang 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kontribusi e-WOM dalam menjelaskan keputusan penggunaan layanan *onboarding digital*. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka semakin kecil kemampuan e-WOM dalam menjelaskan variabel keputusan penggunaan.

Dalam penelitian ini, pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan bantuan *software* SPSS, sehingga nilai R^2 dapat dilihat pada *output* Model *Summary*. Hasil nilai R^2 tersebut kemudian diinterpretasikan dalam bentuk persentase untuk mengetahui besarnya kontribusi e-WOM terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.