

ABSTRAK

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM) TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN *ONBOARDING* DIGITAL
MELALUI APLIKASI myBCA
(Studi Pada Nasabah Generasi Z PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang
Tasikmalaya)**

Oleh

Ade Deni Kusuma Wardani

233404172

Pembimbing I : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si.

Pembimbing II : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), kondisi keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA, serta pengaruh e-WOM terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* pada nasabah Generasi Z PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 521 nasabah Generasi Z, dengan sampel sebanyak 84 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Data ordinal kemudian ditransformasikan menjadi data interval menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) sebelum dianalisis. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics Version 25, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis (uji t), dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel e-WOM berada pada kategori baik dengan skor total 4.966, sedangkan keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* juga berada pada kategori baik. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA, dengan nilai t hitung sebesar 11,626 dan signifikansi $<0,001$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,622 menunjukkan bahwa e-WOM mampu menjelaskan 62,2% variasi keputusan penggunaan layanan *onboarding digital*, sedangkan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, semakin baik kualitas e-WOM yang diterima nasabah, maka semakin tinggi keputusan mereka untuk menggunakan layanan *onboarding digital* melalui aplikasi myBCA.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), Keputusan Penggunaan, *Onboarding Digital* myBCA.