



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## SKRIPSI TERAPAN



### **“STRATEGI AJAK TEMAN” PADA PROGRAM BLUREFERRAL BANK DIGITAL BLU BY BCA SEBAGAI UPAYA MEMBIDIK NASABAH GEN Z**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Disusun oleh:

**GIFTI NURANI  
NIM. 1904421016**

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN  
JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JULI 2023**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## SKRIPSI TERAPAN



### **“STRATEGI AJAK TEMAN” PADA PROGRAM BLUREFERRAL BANK DIGITAL BLU BY BCA SEBAGAI UPAYA MEMBIDIK NASABAH GEN Z**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada  
program studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi  
Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Disusun oleh:

**GIFTI NURANI  
NIM. 1904421016**

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN  
JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JULI 2023**



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Gifti Nurani  
NIM : 1904421016  
Tanggal : Kamis, 13 Juli 2023

Tanda tangan :

Gifti Nurani



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta






## LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Penyusun : Gifti Nurani  
Nomor Induk Mahasiswa : 1904421016  
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan  
Judul Skripsi : “Strategi Ajak Teman” Pada Program  
BluReferral Bank Digital Blu by BCA Sebagai  
Upaya Membidik Nasabah Gen Z

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Diploma IV Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Ida Nurhayati, S.H., M.H. 

Anggota Penguji : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si. 

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : 13 Juli 2023

Ketua Jurusan Akuntansi

  
Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.  
NIP. 196404151990032002

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Gifti Nurani  
Nomor Induk Mahasiswa : 1904421016  
Jurusan/Program Studi : D4 Keuangan Dan Perbankan  
Judul Skripsi : “Strategi Ajak Teman” Pada Program BluReferral  
Bank Digital Blu by BCA Sebagai Upaya Membidik  
Nasabah Gen Z

Disetujui oleh:

Pembimbing

Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.  
NIP. 196211161992032001

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**  
Ketua Program Studi

Heri Abrianto, S.E., M.M.  
NIP. 1965100519970201001

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur yang dalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Melalui ini, penulis ingin mempersembahkan skripsi yang berjudul "Strategi Ajak Teman" pada Program BluReferral Bank Digital Blu by BCA Sebagai Upaya Membidik Nasabah Generasi Z.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari tugas akhir perkuliahan dan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi di Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan. Selain itu, skripsi ini juga merupakan hasil nyata dari penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi di Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan selama penulisan skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Keuangan Dan Perbankan yang telah memberikan arahan mengenai awal penyusunan skripsi terapan untuk prodi D4 Keuangan Dan Perbankan.
4. Ibu Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si. selaku Pembimbing yang selalu memberikan arahan, motivasi, waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Teristimewa, kedua orang tua Bapak Oman Sahroni dan Ibu Ira serta Adik Rama Dwi Saputra, yang senantiasa mendoakan serta memberikan semangat, nasihat, dukungan dan bantuan secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini dengan lancar.
6. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi Terkhusus Kabinet Gelora Purnama sebagai tempat bertukar pikiran, berbagi pengalaman menarik

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

serta membantu penulis dalam melihat perspektif berbeda di luar maupun bangku perkuliahan.

7. ABT Squad (Ars, Grc, Sasa, Tyr, Amiw, Fondsky) teman seperbimbingan penulis. Terima kasih ya, rasanya semua penderitaan selama bimbingan ga akan pernah seru kalau ga dikeluho bareng. selamat atas kerja keras kita bersama!
8. Cumlaude Team (Tika, Risma, Lica, Chintia) teman seperjuangan di kelas dengan ungkapan rasa terima kasih yang mendalam. Kalau ada yang lebih indah dari intro hivi, mungkin itu masa perkuliahan bareng kalian, *see you on top*.
9. Rihan Kf yang selalu menguatkan dan mendampingi langkah penulis dalam meraih pencapaian ini. Semoga cerita dan mimpi yang menjadi topik perbincangan kita bisa segera terwujud.
10. Vinta, Putri, Dhemil, Desti serta Grd 17 yang selalu siap sedia mendengar keluh kesah dan memberikan ruang bagi penulis untuk berbagi serta melepaskan beban yang ada.
11. Seluruh teman-teman Program Studi Keuangan Dan Perbankan angkatan 2019 yang senantiasa membantu dalam berbagai hal selama perkuliahan.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa terimakasih yang telah memberikan motivasi, dukungan, nasihat, kritik dan saran bagi penulis.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Sehingga penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penulisan skripsi.

Depok, 13 Juli 2023

Penulis,

Gifti Nurani  
NIM 1904421016





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gifti Nurani  
NIM : 1904421016  
Program Studi : D4 Keuangan Dan Perbankan  
Jurusan : Akuntansi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Strategi Ajak Teman” Pada Program BluReferral Bank Digital Blu by BCA Sebagai Upaya Membidik Nasabah Gen Z.**

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 13 Juli 2023

Yang menyatakan

(Gifti Nurani)

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Gifti Nurani  
Keuangan dan Perbankan Terapan

“Strategi Ajak Teman” Pada Program BluReferral Bank Digital Blu by BCA  
Sebagai Upaya Membidik Nasabah Gen Z.

ABSTRAK

Persaingan bank digital mendorong Blu by BCA untuk mengadopsi strategi pemasaran yang sesuai dengan perilaku dan preferensi nasabah. Strategi ajak teman yang dikenal dengan *referral marketing* melibatkan peran serta koneksi pelanggan untuk merekomendasikan produk dan layanan ke nasabah baru melalui *electronic word of mouth*. Target potensial nasabah bank digital adalah generasi Z yang akrab dengan teknologi dan memiliki pengaruh kuat pada *peer group*. Sehingga Blu by BCA perlu mengembangkan strategi yang inovatif untuk mendorong keputusan penggunaan generasi Z dengan memanfaatkan konsep *referral* dalam promosi mereka. Penelitian ini menguji pengaruh strategi ajak teman yang memiliki dimensi *electronic word of mouth* yaitu terdiri dari *concern for other*, *economic incentives*, *helping the company* dan *expressing positive emotions* terhadap keputusan penggunaan generasi Z. Didapatkan 148 responden yang merupakan pengguna bank digital Blu by BCA dan pernah mengikuti program BluReferral. Teknik Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan SEM-PLS yang diolah menggunakan SmartPLS versi 3. Temuan dari penelitian ini adalah dimensi *helping the company*, *economic incentives* dan *expressing positive emotions* dapat mempengaruhi keputusan penggunaan nasabah generasi Z. Dimensi *helping the company* memiliki pengaruh paling besar. Sedangkan dimensi *concern for other* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z.

**Kata Kunci:** Bank Digital, *Electronic Word of Mouth*, *E-Referral*, Generasi Z, Keputusan Penggunaan, Strategi Ajak Teman.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gifti Nurani  
Keuangan dan Perbankan Terapan

*“Referral Strategy: Invite Friends” in BluReferral Program of Digital Bank Blu by BCA as an Effort to Target Gen Z Customers.*

#### ABSTRACT

*The competition from digital banks has prompted Blu by BCA to adopt marketing strategies that match customer behavior and preferences. The referral marketing strategy involves customers connections recommending products and services to new customers through electronic word of mouth. The potential target customers of digital banks are Generation Z, who are familiar with technology and have a strong influence on peer groups. Therefore, Blu by BCA needs to develop innovative strategies to encourage generation Z usage decisions by utilizing the referral concept in their promotions. This study examines the effect of the invite a friend strategy which has electronic word of mouth dimensions consisting of concern for others, economic incentives, helping the company and expressing positive emotions on generation Z's usage decisions. 148 respondents were obtained who were Blu by BCA digital bank users and had participated in the BluReferral program. The data analysis technique used in this study is to use SEM-PLS which is processed using SmartPLS version 3. The findings of this study are the dimensions of helping the company, economic incentives and expressing positive emotions can influence the usage decisions of generation Z customers. The dimension of helping the company has the greatest influence. Meanwhile, the dimension of concern for others has no effect on the usage decisions of generation Z customers.*

**Keywords:** *Digital Bank, Electronic Word of Mouth, E-Referral, Strategy to Invite Friends, Generation Z, Usage Decision.*

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4. Tujuan Penulisan .....	8
1.5. Manfaat Penulisans.....	8
1.6. Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
2.1.2. Promosi .....	12
2.1.3. <i>Online and Social Media Marketing</i> .....	13
2.1.4. <i>Share</i> .....	14
2.1.5. <i>Electronic Word of Mouth Marketing</i> .....	15
2.1.5.1. Dimensi <i>Electronic Word of Mouth Marketing</i> .....	16
2.1.6. Keputusan Penggunaan .....	18
2.1.7. <i>Digital Banking</i> .....	18
2.1.8. <i>BluReferral</i> .....	19
2.1.9. Generasi Z .....	20
2.2. Penelitian terdahulu .....	21
2.3. Kerangka Pemikiran .....	22
2.4. Hipotesis .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	26
3.1. Jenis Penelitian .....	26
3.2. Objek Penelitian .....	26
3.3. Metode Pengambilan Sampel .....	26
3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	28
3.5. Metode Pengumpulan Data Penelitian .....	28

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.6. Variabel Operasional .....	28
3.7. Teknik Analisis Data .....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	34
4.1. Gambaran Umum Responden.....	34
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pendidikan .....	34
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan Per Bulan .....	35
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal dan Lama Menjadi Nasabah Blu by BCA .....	36
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan, Partisipasi dan Frekuensi pada Program BluReferral .....	38
4.1.5. Analisis Deskriptif Jawaban Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	39
4.2. Hasil Uji SEM PLS .....	40
4.2.1. Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	40
4.2.2. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	44
4.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	47
4.3.1. Dimensi <i>Helping the Company</i> Terhadap Keputusan Penggunaan.....	47
4.3.2. Dimensi <i>Economic Incentives</i> Terhadap Keputusan Penggunaan.....	48
4.3.3. Dimensi <i>Expressing Positive Emotions</i> Terhadap Keputusan Penggunaan.....	49
4.3.4. Dimensi <i>Concern for Other</i> Terhadap Keputusan Penggunaan... ..	50
BAB V PENUTUP.....	51
5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Saran Penelitian .....	51
DAFTAR PUSTAKA .....	54
LAMPIRAN .....	60



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kode <i>Referral</i> pada BluReferral .....	2
Gambar 1.2 Program BluReferral .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Landasan Teori .....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pendidikan .....	34
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan Per Bulan .....	36
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Domisili Tempat Tinggal dan Lama Menjadi Nasabah Blu by BCA.....	37
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan, Partisipasi dan Frekuensi Mengenai Program BluReferral .....	38
Gambar 4.5 Pengujian Model Pengukuran Tahap 1 .....	41
Gambar 4.6 Pengujian Model Pengukuran Tahap 2 .....	41
Gambar 4. 7 Hasil Analisis <i>Boostrapping</i> .....	45

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertimbangan Menggunakan Bank Digital .....	7
Tabel 3.1. Skor Skala Likert .....	28
Tabel 4.1 Tabel Deskriptif Dimensi .....	39
Tabel 4.2 Nilai <i>Loading Factor</i> Seluruh Variabel .....	42
Tabel 4.3 <i>Discriminant Validity</i> .....	43
Tabel 4.4 Konstruk Reliabilitas dan Validitas .....	44
Tabel 4.5 Nilai $R^2$ Variabel Endogen .....	44
Tabel 4.6 Pengukuran Signifikansi <i>Path Coefficient</i> .....	46







## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu.....	61
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 3. Data Penelitian.....	74
Lampiran 4. Distribusi Pertanyaan.....	86
Lampiran 5. Nilai <i>Cross Loadings</i> .....	89
Lampiran 6. Lembar Bimbingan.....	90





## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi membuat maraknya kemunculan bank digital di Indonesia tentunya ini akan menimbulkan persaingan dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu *digital banking* di Indonesia yang baru diluncurkan pada Juli 2021 adalah Bank Central Asia (Bank BCA) bernama Blu. Blu menawarkan *platform* perbankan dalam satu aplikasi dengan berbagai cara promosinya. Salah satu cara promosi yang dilakukan menghadirkan program berkonsep *referral* pada aplikasi Blu by BCA. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018), sumber dan peluang terbaik dalam proses penjualan adalah *referral*. Program *referral* memiliki tiga ciri khas. Pertama, program dikelola secara aktif dan dikendalikan oleh perusahaan. Kedua, hubungan sosial pelanggan menjadi kunci dari program ini. Ketiga, perusahaan menawarkan insentif kepada pelanggan yang sudah ada untuk mendatangkan pelanggan baru (Philipp, Bernd, & Christophe, 2011). Melakukan pencarian di internet memakan waktu lama sehingga rekomendasi dari teman atau keluarga akan mempermudah dalam pencarian. Sifat manusia lebih tertarik pada apa yang dibeli seorang teman daripada yang dibeli oleh orang yang tidak dikenal dan cenderung mempercayai pendapat mereka (Leskovec, Adamic, & Huberman, 2008). Berbeda dengan strategi pemasaran tradisional yang melakukan komunikasi bisnis dari perusahaan ke konsumen dalam praktek *referral* memanfaatkan koneksi konsumen ke konsumen.

Konsep *referral* mulai diimplementasikan pada sektor perbankan, contohnya pada strategi ajak teman pada aplikasi bank digital Blu by BCA yang dinamakan dengan program BluReferral. Program BluReferral dijadikan alat pemasaran dengan melibatkan koneksi pelanggan. Generasi Z yang memiliki sifat berkelompok dan selalu terhubung dengan temannya melalui komunikasi *online* membuat generasi Z dijadikan segmentasi dalam pemanfaatan salah satu program promosi Blu by BCA yaitu BluReferral.

Pada program BluReferral terdapat kode rujukan yang memiliki kombinasi unik, yang terdiri dari angka atau huruf dan dibuat khusus oleh Blu by BCA seperti pada gambar 1.1 di bawah. Kemudian kode ini disebarakan oleh nasabah generasi Z pada teman-teman mereka yang ingin direferensikan untuk membuka aplikasi Blu.

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



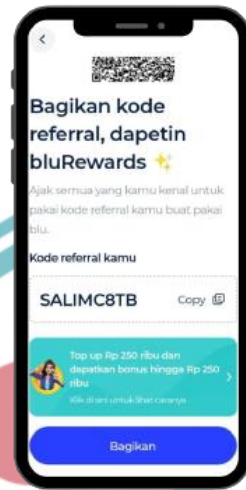


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Jika berhasil mengajak teman untuk melakukan *redeem* kode maka keuntungan dapat diklaim.



Gambar 1.1 Kode *Referral* pada BluReferral  
Sumber: Aplikasi Bank Digital Blu by BCA

Program BluReferral menawarkan banyak keuntungan bagi generasi Z yang menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA. Berdasarkan gambar 1.2 bahwa pemilik dan pemakai kode akan mendapatkan bonus *cashback* sebesar Rp250.000 setiap kali berhasil mengajak teman-teman mereka untuk mendaftar aplikasi menggunakan kode yang telah disebar. Keuntungan ini menarik bagi generasi Z yang senang dengan hadiah dan kupon (Jafri, Al-Swidi, & Al-Hujran, 2020)



Gambar 1.2 Program BluReferral  
Sumber: Instagram Resmi Blu by BCA (*open-source data*)

Selain itu, program BluReferral juga bekerja sama dengan vendor-vendor seperti gerai makanan hingga alat transportasi yaitu Eureka *Food Court* dan MRT





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Jakarta. Hal ini memudahkan generasi Z untuk melakukan pembukaan rekening aplikasi bank digital Blu by BCA di berbagai tempat. Dengan demikian, program BluReferral tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan kemudahan akses dan kesempatan untuk meraih hadiah-hadiah menarik.

Strategi ajak teman yang dilakukan Blu by BCA memanfaatkan *word of mouth* untuk promosi. Menurut (Philipp, Bernd, & Christophe, 2011), program *referral* adalah bentuk *word of mouth* yang memberikan hadiah kepada pelanggan yang dapat mengajak pelanggan baru. Konsep kerja *word of mouth* melalui perantara orang ke orang baik secara lisan maupun tulisan tetapi dengan perkembangan teknologi dan bersamaan munculnya komunitas virtual dalam media sosial di internet, maka muncul pula istilah *electronic word of mouth* (eWOM) (Lesmana, 2012). Sehingga Keberadaan eWOM memudahkan proses pemasaran dengan mengurangi waktu yang dibutuhkan dan menghilangkan hambatan jarak (Kuo & Nakhata, 2019). eWOM adalah bentuk komunikasi *online* yang tidak melibatkan pertemuan langsung antara pihak yang berkomunikasi. Dalam eWOM, terdapat ekspresi positif atau negatif yang digunakan sebagai bentuk komunikasi pemasaran kepada calon pelanggan melalui media sosial. Menurut penelitian (Kunja & Acharyulu, 2017), *electronic word of mouth* (eWOM) yang positif akan memengaruhi keputusan pembelian. Menurut (Thurau, 2004), dalam eWOM terdapat beberapa dimensi-dimensi yang digunakan diantaranya yaitu *platform assistance, concern for other, economic incentives, helping the company, expressing positive emotions, venting negative feelings, social benefits* dan *advice seeking*. Penelitian ini berfokus pada dimensi yang diaplikasikan dalam strategi ajak teman Blu by BCA. Dimensi yang diaplikasikan ke dalam BluReferral yaitu *concern for other, economic incentives, helping the company* dan *expressing positive emotions* yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan nasabah generasi Z dalam menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA.

Dimensi *concern for other* merupakan keinginan untuk membantu orang lain agar dapat memutuskan pembelian suatu produk atau layanan. Kepedulian terhadap orang lain menurut (Thurau, 2004) yaitu antar manusia mempunyai korelasi yang kuat terhadap konsep altruism. Konsep altruism yang dimaksud yaitu memberi bantuan kepada orang lain tanpa mengharap imbalan. Berdasarkan penjelasan Staub

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

seperti dikutip (Pratiwi, 2009), beberapa macam perilaku altruis yaitu menolong, menyumbang, bekerjasama, peduli pada orang lain, berbagi dan memberi fasilitas bagi kesejahteraan orang lain. Dimensi *concern for other* menjadi alasan terjadinya program BluReferral. *Concern for other* timbul karena memiliki rasa kepedulian terhadap orang lain sehingga mendorong untuk berbagi bantuan. Contohnya, program BluReferral terjadi karena intervensi seseorang untuk membeli produk dengan kualitas dan reputasi yang baik sehingga akan merekomendasikan dan mengajak seseorang dalam memutuskan pembelian.

Dimensi *economic incentives* merupakan keuntungan ekonomi yang diperoleh bagi seseorang yang melakukan promosi atas suatu produk dan layanan. Manfaat ekonomi menjadi faktor penting bagi perilaku setiap manusia yang dianggap baik oleh penerima sebagai tanda terima kasih yang disebabkan perilaku penerima oleh pemberi hadiah (Lawler, 2008) yang dikutip (Priansa, 2016). Berdasarkan penjelasan (Banerjee & Saha, 2012) menyatakan bahwa promosi pemasaran melalui potongan harga dan diskon akan memicu terjadinya pembelian. Semakin tinggi manfaat ekonomi yang didapat maka akan semakin tinggi pula niat keputusan pembelian. Dalam program BluReferral pada bank digital Blu by BCA, *economic incentives* didapatkan dari adanya bonus *cashback* yang ditawarkan jika berhasil mengajak teman menggunakan aplikasi Blu sehingga dimensi tersebut memengaruhi keputusan penggunaan. Konsumen mempertimbangkan nilai keuntungan yang diperoleh untuk diri sendiri dan konsumen lain dalam melakukan *referral marketing* (Ryu & Feick, 2007).

Dimensi *helping the company* merupakan sistem timbal balik terhadap ungkapan rasa puas konsumen dengan sebuah produk dari perusahaan tersebut dan terciptanya keinginan membantu suatu perusahaan (Sundaram et al., 2014). Oleh karena itu, jika perusahaan dapat mendukung kepentingan pelanggan maka pelanggan membalas dengan membeli produk dan memberi tahu orang lain tentang perusahaan yang dianggapnya positif. Pada program BluReferral nasabah generasi Z diberi motivasi untuk terlibat dalam interaksi eWOM dengan memberikan imbalan berdasarkan testimoni *customer satisfaction* atas sebuah produk. Dengan mengimplikasikan *helping the company* pada program BluReferral yang

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

berlandaskan interaksi komunikatif antar generasi Z dengan tujuan menyukkseskan perusahaan.

Dimensi *expressing positive emotions* merupakan pengalaman positif dari konsumen sebelumnya yang memengaruhi penilaian dalam suatu produk atau layanan, hal ini menimbulkan keinginan konsumen untuk berbagi informasi konsumsi mereka sehingga dalam mengekspresikan perasaan positif dipicu oleh pengalaman konsumsi positif pula. Menurut (Schiffman et al., 1997), perasaan positif memiliki pengaruh pada jumlah barang yang dibeli, pengeluaran yang tidak direncanakan dan uang ekstra yang dihabiskan. Berdasarkan premis bahwa pelanggan membuat rekomendasi ketika mereka senang. Pada program BluReferral disebabkan oleh pengalaman positif yang dirasakan nasabah generasi Z sehingga memberikan kontribusi pada psikologis untuk berbagi sukacita dari suatu produk dan layanan pada aplikasi bank digital Blu by BCA yang diekspresikan melalui komunikasi mulut ke mulut selain itu perasaan positif juga memicu kelayalan generasi Z dalam menggunakan aplikasi Blu.

Strategi ajak teman dalam program BluReferral memiliki dimensi *concern for other, economic incentives, helping the company* dan *expressing positive emotions* dalam memengaruhi keputusan penggunaan generasi Z. Perilaku atau keterlibatan nasabah generasi Z dapat memengaruhi keputusan penggunaan. Faktor yang berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian adalah sikap orang lain terhadap produk yang ditawarkan. Sikap orang lain memiliki pengaruh dalam mempersempit alternatif pemilihan oleh nasabah generasi Z. Motivasi konsumen generasi Z sering kali mengikuti keinginan orang lain dan intensitas sikap orang lain terhadap konsumen gen Z dapat memberikan stigma positif atau negatif pada sebuah produk, yang pada akhirnya akan memengaruhi keputusan pembelian (Kotler, 2007). Dengan demikian, perilaku konsumen generasi Z untuk menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA dipengaruhi oleh informasi yang diberikan orang lain.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) pada Oktober tahun 2022, tercatat bahwa transaksi pada bank digital mengalami peningkatan sebesar 38,4%. Selain itu, riset yang dilakukan oleh Finder.Com mengenai jumlah pengguna rekening bank digital menempatkan Indonesia pada peringkat kedua dengan persentase 25% masyarakat yang memiliki akun rekening bank digital pada tahun 2021. Hal ini

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

menunjukkan adanya minat yang cukup tinggi dari masyarakat Indonesia terhadap layanan bank digital. Dalam menghadapi persaingan antar bank digital di Indonesia, Blu by BCA sebagai pendatang baru telah meraih penghargaan *top digital banking awards 2022* dan menempati urutan ke-65 di atas bank digital lainnya yang sudah lebih dulu hadir. Meskipun demikian, Blu by BCA masih perlu melakukan strategi pemasaran guna menarik nasabah baru dan memenangkan persaingan.

Persaingan antar bank saat ini semakin intensif dalam menargetkan generasi Z sebagai nasabah mereka. Berlandaskan pernyataan OJK pada tahun 2020 gen Z menjadi segmen investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi perbankan ke depannya. Sehingga bank berkompetisi untuk memperkenalkan produk digital mereka kepada generasi Z yang cenderung lebih terbiasa dengan teknologi. Media sosial menjadi bagian dari gen Z karena dapat memperluas koneksi dan hubungan sosial dengan teman mereka tanpa pengawasan orang dewasa (Ong, 2011). Selain itu, teman memiliki pengaruh besar pada keputusan pembelian generasi Z. Menurut (Lee, 2018) seperti dikutip (Widyastuti & Widagda, 2015) menyatakan bahwa pengaruh teman sebaya adalah faktor yang paling penting bagi remaja memengaruhi keputusan pembelian dibandingkan faktor-faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik yang dimiliki generasi Z dapat dijadikan asumsi salah satu faktor yang terdapat di dalam strategi ajak teman Blu by BCA sehingga menciptakan keputusan penggunaan.

Maka berdasarkan latar belakang dan fenomena yang dijabarkan dari uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Ajak Teman Pada Program BluReferral Bank Digital Blu by BCA Sebagai Upaya Membidik Nasabah Gen Z”**.

### 1.2. Rumusan Masalah

Transformasi industri perbankan di era digital semakin berkembang pesat seiring dengan persaingan yang semakin ketat dalam akuisisi nasabah baru. Dalam memenangkan persaingan, strategi promosi perbankan harus disesuaikan dengan perilaku dan preferensi nasabah yang dituju agar dapat meningkatkan keputusan penggunaan nasabah.

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Riset yang dilakukan McKinsey & Company terkait preferensi nasabah menggunakan bank digital menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki preferensi yang berbeda dalam menggunakan layanan bank digital dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya. Nasabah Indonesia lebih tertarik pada promosi dan insentif dalam menggunakan bank digital. Sementara itu, menurut penelitian (Thiong & Ni, 2020), faktor yang paling penting memengaruhi niat penggunaan bank digital di Malaysia adalah pengaruh sosial teman dan keluarga.

Namun, hasil survei Populix Data Indonesia tahun 2022 pada tabel di bawah ini menyatakan bahwa rekomendasi orang lain menempati posisi terendah berdasarkan alasan pertimbangan menggunakan bank digital. Walaupun demikian, pengisi kuesioner tersebut berasal dari berbagai usia dan tidak terkhusus oleh generasi Z.

Tabel 1.1 Pertimbangan Menggunakan Bank Digital

Pertimbangan Menggunakan Bank Digital	Persentase
Tidak Merepotkan	75%
Mudah Penggunaan	74%
Efisiensi Waktu	67%
Memiliki Banyak Fitur	65%
Mudah Melacak Keuangan	62%
Integrasi Dengan <i>E-Wallet</i>	61%
Lebih Nyaman	59%
Integrasi Dengan <i>E-Commerce</i>	56%
Lebih Aman	43%
<b>Rekomendasi Orang Lain</b>	<b>29%</b>

Sumber: dataindonesia.id

Dengan melihat potensi layanan bank digital pada masa yang akan datang, usia pengguna akan didominasi oleh generasi Z serta *marketing campaign* yang dilakukan Blu menasar generasi Z. Maka dari itu penelitian perlu dilakukan untuk melihat apakah generasi Z menyukai bentuk promosi ajak teman dan apakah program BluReferral yang sudah dilakukan Blu by BCA menjadi penyumbang keberhasilan dalam meningkatkan keputusan penggunaan nasabah generasi Z.





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### 1.3. Pertanyaan Penelitian

Melalui rumusan masalah tersebut menimbulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dimensi *concern for other* terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z Blu by BCA?
2. Bagaimana pengaruh dimensi *economic incentives* terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z Blu by BCA?
3. Bagaimana pengaruh dimensi *helping the company* terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z Blu by BCA?
4. Bagaimana pengaruh dimensi *expressing positive emotions* terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z Blu by BCA?

### 1.4. Tujuan Penulisan

Melalui rumusan masalah tersebut terdapat tujuan dilakukannya penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis dimensi *concern for other* terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis dimensi *economic incentives* terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis dimensi *helping the company* terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis dimensi *expressing positive emotions* terhadap keputusan penggunaan nasabah generasi Z.

### 1.5. Manfaat Penulisan

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan rujukan sebagai upaya kontribusi baik secara teoritis atau praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi literatur dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Selain itu dapat memberikan ilmu





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan wawasan mengenai peran program BluReferral pada Blu by BCA khususnya pada generasi Z.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi pelaku industri *digital banking* dalam membuat program atau strategi yang bermanfaat dan menarik agar dapat menjadi daya tarik dalam penggunaannya.

**1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini bertujuan memberikan gambaran mengenai isi dari penulisan skripsi secara ringkas dan jelas, yang terdiri dari 5 bab yang saling berhubungan. Untuk mempermudah pembaca memahami penelitian ini maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai sebuah awalan penelitian mengenai hal apa yang melatarbelakangi sebuah penelitian, rumusan masalah yang didapatkan, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, manfaat yang akan didapatkan dari penelitian serta sistematika penulisan penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat *grand theory* serta uraian teori-teori yang mendukung topik penelitian, literasi yang berhubungan dengan penelitian dan kerangka pemikiran serta hipotesis.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai cara yang akan dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian. Pada bab ini berisi subjek dan objek penelitian, metode dalam pengambilan sampel pada populasi penelitian, jenis dan sumber data dari penelitian, metode pengumpulan data, variabel operasional dan teknik analisis data penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan berisi tentang hasil pengolahan data penelitian yang telah dilakukan serta akan disajikan hasil penelitian yang telah

diolah, kemudian diikuti dengan pembahasan mengenai hasil tersebut.

## PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari analisis data yang telah dilakukan dengan memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang diuraikan pada Bab I. Selain itu, bab ini juga akan menyajikan saran yang dapat bermanfaat bagi Bank Digital Blu by BCA serta penelitian selanjutnya.

## BAB V

### © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap pengguna bank digital Blu by BCA dan analisis pengaruh *electronic word of mouth* pada strategi ajak teman, dapat disimpulkan bahwa Blu by BCA berhasil menerapkan program BluReferral untuk menarik nasabah generasi Z. Dari empat dimensi yang diimplementasikan, tiga dimensi berpengaruh pada keputusan penggunaan oleh nasabah generasi Z yaitu *helping the company*, *economic incentives*, dan *expressing positive emotions*. Hal ini sesuai dengan karakteristik generasi Z yang memperhatikan hubungan timbal balik dari Blu by BCA melalui produk dan layanan yang baik. Sebagai respon dari hal tersebut generasi Z merasa termotivasi untuk mempublikasikan Blu by BCA kepada teman-teman mereka dan promosi *cashback* dalam program BluReferral memberikan keuntungan finansial tambahan yang menarik bagi mereka. Generasi Z juga senang membangun jaringan sosial melalui media sosial dan berbagi pengalaman positif tentang Blu by BCA serta memberikan kode referral kepada teman-teman mereka. Namun, perlu diperhatikan bahwa generasi Z lebih memprioritaskan keuntungan pribadi dan kepuasan individu. Mereka lebih fokus pada kualitas layanan, fitur relevan, dan insentif ekonomi yang mereka peroleh daripada mempertimbangkan kepentingan orang lain sehingga dimensi *concern for other* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Oleh karena itu, bank digital Blu by BCA perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam strategi ajak teman mereka untuk memenuhi preferensi generasi Z.

### 5.2. Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

#### 1. Bagi Bank Digital Blu by BCA

Berdasarkan temuan penelitian ini bahwa dimensi yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan adalah *helping the company* dan *economic incentives*. Oleh karena itu, bank digital Blu by BCA perlu untuk melakukan





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

inovasi dan pengembangan dalam program BluReferral guna menarik perhatian pengguna dari kalangan generasi Z. Hal ini, sangat penting bagi bank digital Blu by BCA untuk memastikan bahwa setiap calon pelanggan yang diundang melalui program BluReferral mendapatkan pengalaman yang memuaskan dan pelayanan yang optimal. Dengan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan baru, mereka akan lebih cenderung merekomendasikan Blu by BCA kepada orang lain. Sebagai langkah inovatif, bank digital Blu by BCA dapat memberikan penghargaan dalam bentuk label "*social butterfly*" kepada generasi Z yang berhasil mengajak teman-teman mereka untuk bergabung dalam program BluReferral. Label ini merujuk pada seseorang yang aktif dalam berinteraksi sosial dan memiliki banyak teman. Penghargaan berupa label tersebut dapat ditampilkan di profil nasabah generasi Z dalam aplikasi bank digital Blu by BCA sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi mereka dalam mempromosikan layanan bank digital Blu by BCA. Untuk memperkuat dimensi *economic incentives*, bank digital Blu by BCA perlu mengembangkan program referral dengan menambahkan fitur yang memberikan informasi mengenai jumlah teman yang berhasil diajak dan jumlah insentif yang mereka terima. Selain itu, bank dapat mempertimbangkan penambahan nominal insentif yang lebih menarik atau menyelenggarakan undian secara bulanan atau tahunan bagi pengguna program referral yang beruntung. Langkah ini akan membantu mempertahankan minat dan mendorong keterlibatan aktif pelanggan dalam program BluReferral. Sehingga bank digital Blu by BCA dapat menarik lebih banyak pengguna dari generasi Z dan memastikan kepuasan pelanggan serta kesuksesan program BluReferral.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memfokuskan pada empat dimensi *electronic word of mouth* (eWOM), namun penelitian selanjutnya memiliki potensi untuk menambahkan dimensi eWOM lainnya, seperti *platform assistance* dan *advice seeking*, sebagai variabel independen. Selain itu, faktor-faktor yang terkait dengan perilaku nasabah, seperti *customer engagement*, juga dapat digunakan untuk memahami bagaimana nasabah berinteraksi dengan produk dan layanan, serta bagaimana cara menjaga loyalitas nasabah tersebut. Dengan demikian, menambahkan

variabel-variabel tersebut dalam penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai eWOM yang diimplementasikan pada strategi ajak teman dan hubungannya dengan perilaku nasabah.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta







## DAFTAR PUSTAKA

- Aiken, L. R. (2002). *Human Development in Adulthood*. New York; Boston; Dordrecht; London; Moscow: Kluwer Academic.
- Alamsyah, N., & Saino. (2021). Pengaruh Fitur Produk dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(4), 624 - 634.
- Ardianto, P. (2021, February 13). *OJK: Nasabah Milenial dan Gen Z Segmen Investasi Jangka Panjang*. Retrieved from investor.id: <https://investor.id/finance/237201/ojk-nasabah-milenial-dan-gen-z-segmen-investasi-jangka-panjang>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Banerjee, & Saha. (2012). Impulse Buying Behaviour in Retail Stores - Triggering the senses. *Asia Pasific Journal of Marketing & Management Review*.
- Blau. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: NY: John Wiley & Sons.
- Byers, J., Mitzenmacher, M., & Zervas, G. (2012). The groupon effect on yelp ratings: A root cause analysis. *Proceedings of the 13th ACM conference on electronic commerce* (pp. 248 - 265). ACM.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor - Faktor Pembentuk Electronic Word of Mouth (eWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten\_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1).
- Cavanaugh, J. C., & Fields, F. B. (2006). *Adult development and aging (5th ed)*. Belmont: Thomson Learning.
- Chaipradermsak, T. (2007). *THE INFLUENTIAL FACTORS ON CONSUMERS PURCHASING DECISION IN BANGKOK PET RETAILING BUSINESS*.
- Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer opinion platforms. *Decisions Support Systems*.
- Chong, T.-P., William Choo, K.-S., Yip, Y.-S., Chan, P.-Y., Julian-Teh, H.-L., & Ng, S.-S. (2019). An Adoption of Fintech Service in Malaysia. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 2289 - 1560.
- cxomedia.id. (2022, March 12). *Tren Bank Digital di Kalangan Milenial*. Retrieved from cxomedia.id: <https://www.cxomedia.id/business-and-career/20220310150030-61-174083/tren-bank-digital-di-kalangan-milenial>

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- D.S. Sundaram, Mitra, K., & Webster, C. (1998). Word of mouth communications: a motivational analysis. *Advances in Consumer Research*, 527 - 531.
- Davidow. (2003). Organizational Responses To Customer Complaints : What Works and What Doesnt. *Journal of Service Research* 5.
- Dellarocas, C. (2003). The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedbacks Mechanisms. *Management Science*, 49(10), 1407 - 1424.
- Detmuliati, A., Salsabila, D., & Setiawan, H. (2021). Analisis Pengaruh Dimensi Expressing Positif Feelings Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Puncak Mas Lampung. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 99 - 108.
- Filieri, R. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*.
- Ghazali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunelius. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Edition)*. Prentice Hall.
- Hasan, A., & Setiyaningtiyas, N. W. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Media Wisata*, 13(1), 224 - 238.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Kencana.
- Hussein, A. S. (2015). *Modul Ajar Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS)*. Universitas Brawijaya: Modul Ajar.
- Jafri, S., Al-Swidi, K., & Al-Hujran, O. (2020). The impact of mobile coupon redemption on consumers' post-redemption behaviors. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Jayani, D. H. (2021, October 07). *Pemilik Rekening Bank Digital di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/07/pemilik-rekening-bank-digital-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/07/pemilik-rekening-bank-digital-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia)



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Jeong, & Eunha. (2011). Restaurant Experience Triggering Positive Electronic Word Of Mouth (eWOM) Motivations. *International Journal Of Hospitality Management*, 30, 356 - 366.
- Kotler, & Armstrong. (2018). Principle Of Marketing 17th Edition.
- Kotler, P. (2005). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip Prinsip Pemasaran.
- Kumalasari, R. D., Gutama, W. A., & Pratiwi, D. E. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Cafe Sawah Pujon Kidul. *Habitat*, 29(2), 65 - 75.
- Kunja, & Acharyulu. (2017). Examining The Effect of EWOM on the Customer Purchase Intention Through Value Co - Creation (VCC) in Social Networking Sites (SNSs) A Study of Select Facebook Fanpage. *Management Research Review*.
- Kuo, H. C., & Nakhata, C. (2019). The Impact of Electronic Word Of Mouth on Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 27(3), 331 - 348.
- Lawrence F, F., & Linda L, P. (1987). The Market maven: A diffuser of marketplace information. *Journal of Marketing*, 83 - 97.
- Leskovec, J., Adamic, L., & Huberman, B. (2008). The Dynamics of Viral Marketing. *ACM Transactions on the Web*, 1(1).
- Lesmana, I. N. (2012). Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan brand attachment studi pada PT. XL Axiata. Jakarta.
- Mangold, W., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 12(7), 357 - 65.
- Maryani, E. (2016). Peningkatan Kualitas Pelayanan Perpustakaan Untuk Digital Native Generation (Perspektif Perubahan Karakter Pemustaka di Era Digital). *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*, (pp. 212 - 220). Lampung.
- Muhaeminah. (2015). Game Therapy Untuk Meningkatkan Sense of Belonging Anak Panti Asuhan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 3(1), 32 - 53.
- Oley, D., Massie, J. D., & Ogi, I. W. (2023). The Effect of eWOM (Electronic Word of Mouth) on Instagram on Decisions To Visit Tours In Tomohon City. *Jurnal EMBA*, 11, 78 - 89.
- Ong. (2011). Narcissism, extraversion, and adolescents' self presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences*.





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Pahlevi, R. (2022, July 08). *Apa Alasan Konsumen Gunakan Bank Digital?* Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/08/apa-alasan-konsumen-gunakan-bank-digital-ini-hasil-surveinya](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/08/apa-alasan-konsumen-gunakan-bank-digital-ini-hasil-surveinya)
- Pham, P., & Gammoh, B. (2015). Characteristics of social media marketing strategy and customer based brand equity outcomes: A conceptual model. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 231 - 337.
- Philipp, Bernd, & Christophe. (2011). Referral Programs and Customer Value. *Journal of Marketing*, 47.
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-WOM Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada. *Ecodemica*, IV(1).
- Rizaty, M. A. (2021, July 23). *Anak Muda DKI Jakarta Paling Mahir Gunakan TIK Se-Indonesia*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/23/anak-muda-dki-jakarta-paling-mahir-gunakan-tik-se-indonesia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/23/anak-muda-dki-jakarta-paling-mahir-gunakan-tik-se-indonesia)
- Ryu, G., & Feick, L. (2007). A Penny for Your Thoughts : Referral Reward Program and Referral Likelihood. *Journal of Marketing*.
- Saleh, A. M., Kuswono, N. A., & Sayyid, A. N. (2020). *Communipreneur: Model-Model Komunikasi Kreatif di Era Industri 4.0*. . Malang: Inteligencia Media (Kelompok Penerbit Intrans Publishing).
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96 - 106.
- Sari, V. M. (2012). *Pengaruh electronic word of mouth (eWOM) di sosial media twitter terhadap minat beli konsumen*. Depok: Skripsi Universitas Indonesia.
- Schiffman, & Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, Bendall, Watson, & Kanuk. (1997). *Consumer Behaviour*.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People*. Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Jakarta.
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 65 - 83.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Generasi Z: Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Subramanyam, K., & WILD, J. (2009). *Financial Statement Analysis*. New York: McGraw-Hill/Irwin, a business unit of The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, D., & Murwatiningsih. (2019). Building Customer Engagement Through Customer Experience, Customer Trust, and Customer Satisfaction in Kaligung Train Customers. *Management Analysis Journal*, 8(4), 350 - 359.
- Tantiyoko, A. S. (2020). *Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Pembelian Handphone*. Surakarta: Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Thiong, & Ni, W. (2020). Factors Influencing Behavioral Intention Towards Adoption Of Digital Banking Services In Malaysia. *International Journal of Asian Social Science*, 10, 450 - 457.
- Thomas, M. R., Kavya. V., & Monica, M. (2018). Online websites cues influencing the purchase intention of generation Z mediated by trust. *India journal of commerce & management studies*, 13 - 23.
- Thurau, T. H. (2004). Electronic Word of Mouth Via Consumer-Opinion Platforms : What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18, 38 - 52.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Wan, Y., & Nakayama, M. (2014). The Reliability of Online Review Helpfulness. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15(3), 179 - 189.
- Wicaksono, A. (2022, November 18). *Nilai Transaksi Digital Banking Tembus Rp5.184,1 T Pada Oktober 2022*. Retrieved from [www.cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221117164404-78-875191/nilai-transaksi-digital-banking-tembus-rp51841-t-pada-oktober-2022](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221117164404-78-875191/nilai-transaksi-digital-banking-tembus-rp51841-t-pada-oktober-2022)
- Widyastuti, & Widagda. (2015). Pengaruh Tekanan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Kecanduan Path Pada Kalangan Remaja di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Yusuf, A. S., Hussin, A. C., & Busalim, A. (2018). Influence of eWOM Engagement on Customer Purchase Intention In Social Commerce. *Journal of Service Marketing*.



Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 1(5), 69 - 87.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## Lampiran 1. Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jurnal	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian Peneliti	Perbedaan
1	2016	Firman Dwi Cahyono, Andriani Kusumawati, Srikandi Kumadji	Analisis Faktor-Faktor Pembentuk <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo)	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 37 No. 1	Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 108 responden dengan menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>platform assistance, expressing positive feelings, economic incentives</i> dan <i>helping the company</i> , berpengaruh positif terhadap minat beli dan <i>concern for other</i> memiliki pengaruh paling signifikan	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah pada penelitian ini menggunakan dimensi-dimensi <i>electronic word of mouth marketing</i> sebagai variabel X. Pengumpulan data yang digunakan juga sama menggunakan <i>purposive sampling</i> .	Pada penelitian ini terdapat <i>platform assistance</i> sebagai variabel X nya, penulis tidak menggunakan variabel tersebut. Variabel Y yang digunakan pada penelitian ini adalah minat beli sedangkan penulis menggunakan keputusan pembelian pada

## Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



				adalah analisis faktor dan analisis regresi linier berganda.	terhadap minat beli.		variabel Y. Objek yang digunakan adalah restoran sedangkan peneliti menggunakan bank digital Blu by BCA sebagai objek penelitiannya. Dan analisis data yang digunakan berbeda dengan penulis yaitu penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda sedangkan penulis menggunakan SEM PLS.
--	--	--	--	--	----------------------	--	---

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



2	2020	Ridwan Soinbala, Juita LD Bessie	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu's Fruit Dessert)	GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial 1, 65-83	Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik <i>accidental sampling</i> , observasi, serta wawancara sebagai metode pengumpulan datanya, selain itu penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 100 sampel. Teknik analisis yang digunakan regresi linier berganda.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>platform assistance, concern for others, social benefits, advice seeking, expressing positive feelings, dan helping the company</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel <i>social benefit</i> memiliki pengaruh paling dominan.	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah pada penelitian ini menggunakan <i>electronic word of mouth marketing</i> sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y nya.	Pada penelitian ini terdapat <i>platform assistance, advice seeking</i> dan <i>social benefits</i> sebagai variabel X nya. Penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara sebagai instrumen penelitiannya. Analisis data yang digunakan berbeda dengan penulis yaitu penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda.
---	------	----------------------------------	---	--	--	---	--	---

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



3	2017	Sahabi Yusuf, Ab Razak Che Hussin dan Abdelsalam H. Busalim	<i>Influence of e-WOM engagement on consumer purchase intention in social commerce</i>	<i>Journal of Services Marketing</i>	Sampel dari penelitian ini terdiri dari 218 responden dan dihimpun melalui penyebaran kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu SEM-PLS.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>information quality</i> dan <i>social support</i> berpengaruh negatif terhadap keterlibatan eWOM tetapi <i>website quality</i> , <i>information credibility</i> , <i>innovativeness</i> dan <i>attitude towards eWOM</i> berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan eWOM dan keterlibatan eWOM memiliki	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah menggunakan <i>electronic word of mouth marketing</i> sebagai variabel X.	Pada penelitian ini variabel Y yang digunakan adalah <i>purchase intention</i> dan penggunaan variabel X <i>information quality</i> , <i>social support</i> , <i>website quality</i> , <i>information credibility</i> , <i>innovativeness</i> dan <i>attitude towards eWOM</i> yang berbeda dengan peneliti serta objek yang digunakan adalah <i>e-commerce</i> .
---	------	---	--	--------------------------------------	--	--	---	---

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





						pengaruh langsung sebagai variabel mediasi.		
4	2020	Novita Sari, Muhammad Saputra, Jamaluddin Husein	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>Online Bukalapak. Com</i>	Jurnal Manajemen Magister, Vol 03 No 01	Metode yang digunakan pada penelitian adalah metode <i>purposive sampling</i> . Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif yang menggunakan 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan Regresi Linear Sederhana.	Hasil dari penelitian ini adalah <i>electronic word of mouth</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak.com.	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah pada penelitian ini menggunakan <i>word of mouth marketing</i> sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y nya.	Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah <i>E-commerce</i> sedangkan objek peneliti adalah <i>Digital Banking</i> . Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Sederhana sedangkan teknik analisis data peneliti adalah SEM PLS.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



5	2018	Reni Dewi Kumalasari, Wisynu Ari Gutama, Destyana Ellingga Pratiwi	Analisis Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Café Sawah Pujon Kidul	Habitat 29 (2), 65-75.	Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik <i>accidental sampling</i> sebagai metode pengumpulan datanya, selain itu penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 65 sampel. Teknik analisis yang digunakan SEM-PLS ( <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square</i> ).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>expressing positive feelings, economic incentives, concern for other</i> dan <i>helping the company</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.	Relevansi dengan penelitian peneliti adalah pada penelitian ini menggunakan e-WOM Ssebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y nya dan analisis data yang digunakan sama penulis yaitu metode SEM-PLS ( <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square</i> ).	Penelitian ini menggunakan Agrowisata sebagai objek penelitiannya dan penelitian ini menggunakan <i>accidental sampling</i> .
---	------	--	---	------------------------	---	--	---	---

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Para Responden,

Perkenalkan, nama saya Gifti Nurani, mahasiswa tingkat akhir Politeknik Negeri Jakarta, program studi Keuangan dan Perbankan Terapan yang sedang melakukan penelitian mengenai **“Strategi Ajak Teman” Pada Program BluReferral Bank Digital Blu by BCA Sebagai Upaya Membidik Nasabah Gen Z.** Oleh karena itu, saya ingin memohon kesediaan para responden untuk meluangkan waktu sejenak dalam mengisi kuesioner ini. Segala kerahasiaan data responden beserta jawabannya akan dijamin aman oleh peneliti dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Jika ada informasi yang sekiranya kurang jelas dan ingin ditanyakan, silahkan menghubungi peneliti melalui kontak di bawah ini.

E-mail: [gifti.nurani.ak19@mhs.w.pnj.ac.id](mailto:gifti.nurani.ak19@mhs.w.pnj.ac.id)

Whatsapp: wa.me/6285959383176

Demikian yang ingin saya sampaikan, atas bantuan ketersediaan para responden dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Gifti Nurani



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### Petunjuk Umum Pengisian Kuesioner:

1. Dimohon untuk membaca setiap pernyataan dengan teliti dan benar.
2. Dimohon agar menjawab setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.
3. Pilihlah jawaban yang paling sesuai pada kotak yang disediakan sesuai dengan apa yang anda rasakan.
4. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam penelitian ini.

### I. Pertanyaan Penyaringan (*Screening Question*)

1. Apakah anda merupakan nasabah bank digital Blu by BCA?
  - a. Ya
  - b. Tidak

Jika anda menjawab “Ya” silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

Jika anda menjawab “Tidak” cukup berhenti menjawab pertanyaan sampai disini dan terima kasih.

### II. Pertanyaan Profil (*Profile Question*)

Berikut adalah pertanyaan terkait profil responden. Diharapkan para responden untuk menjawab setiap pertanyaan dengan jujur dan benar. Data yang diberikan pada kuesioner ini akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiannya.

1. Jenis Kelamin:
  - a. Perempuan
  - b. Laki-Laki
2. Usia
  - a. 18-20 tahun
  - b. 21-24 tahun
  - c. 25-28 tahun
3. Domisili Tempat Tinggal
  - a. DKI Jakarta
  - b. Bogor
  - c. Depok
  - d. Tangerang
  - e. Bekasi





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Pendidikan
  - a. SMA/Sederajat
  - b. Diploma (D1, D2, D3)
  - c. Sarjana (S1, S.Tr)
  - d. Pasca Sarjana (S2, S3)
  - e. Lainnya
5. Pekerjaan
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Pegawai Negeri
  - c. Pegawai Swasta
  - d. Wiraswasta
  - e. Lainnya
6. Penghasilan Selama Sebulan
  - a. < Rp. 2.000.000
  - b. Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000
  - c. Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000
  - d. Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000
  - e. > Rp. 15.000.000
7. Lama Menjadi Nasabah Blu by BCA
  - a. < 6 Bulan
  - b. 7 Bulan – 1 Tahun
  - c. 1 Tahun – 2 Tahun
  - d. > 2 Tahun

### III. Penjelasan Mengenai Program BluReferral

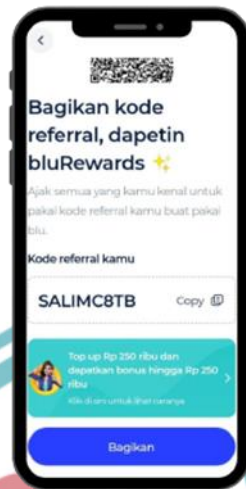
Berikut merupakan penjelasan singkat serta visualisasi program BluReferral bank digital Blu by BCA.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- Program BluReferral merupakan program yang ditujukan oleh nasabah Blu by BCA untuk mengajak teman-teman melakukan pembukaan rekening Blu by BCA melalui kode referral. Jika berhasil mengajak teman untuk melakukan *redeem* kode maka keuntungan dapat diklaim. Kode referral ini dapat ditemukan di dalam aplikasi bank digital Blu by BCA. Kode ini memiliki kombinasi unik, yang terdiri dari angka atau huruf.
- Pada program BluReferral menawarkan keuntungan berupa bonus *cashback* yang didapatkan pemilik dan pemakai kode sebesar Rp250.000 setiap kali berhasil mengajak teman-teman mereka untuk mendaftar aplikasi menggunakan kode yang telah disebar dengan mengundang maksimum sepuluh orang. Namun, jika pengguna mendaftar di aplikasi Blu tanpa menggunakan kode referral, maka bonus *cashback* tidak akan diberikan.



Berdasarkan penjelasan singkat di atas, mohon jawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini:





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Apakah anda mengetahui tentang program BluReferral pada bank digital Blu by BCA?
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. Apakah anda pernah mengikuti program BluReferral Blu by BCA?
  - a. Ya
  - b. Tidak
3. Dalam satu bulan, berapa kali anda mengajak teman menggunakan aplikasi Blu by BCA melalui kode referral?
  - a. 1 – 2 kali
  - b. 3 – 4 kali
  - c. 5 – 6 kali
  - d. > 6 kali

#### IV. Pertanyaan Indikator Penelitian

- Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban
- Kriteria jawaban:
  - 1 = Sangat Tidak Setuju
  - 2 = Tidak Setuju
  - 3 = Cukup Setuju
  - 4 = Setuju
  - 5 = Sangat Setuju

<i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH (VARIABEL X)</i>						
No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Dimensi Concern for Other</b>						
1	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang berbagai pilihan produk dan kualitas layanan yang disediakan oleh aplikasi bank digital Blu by BCA.					
2	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat merasakan kepedulian dari orang lain yang merekomendasikan penggunaan aplikasi bank digital Blu by BCA.					



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3	Melalui <i>E-Referral</i> , saya mendapatkan rekomendasi yang berkaitan dengan aplikasi bank digital Blu by BCA.					
<b>Dimensi <i>Economic Incentives</i></b>						
4	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat mendapatkan petunjuk mengenai pembukaan aplikasi Blu by BCA tanpa harus mendatangi lokasi ataupun telepon <i>call center</i> Blu by BCA.					
5	Melalui <i>E-Referral</i> , saya memperoleh informasi tentang keuntungan yang bisa didapatkan berupa <i>cashback</i> ketika menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA.					
6	Melalui <i>E-Referral</i> , saya mendapatkan informasi mengenai fitur dan layanan Blu by BCA tanpa harus datang langsung ke <i>booth offline</i> Blu by BCA.					
<b>Dimensi <i>Helping the Company</i></b>						
7	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat merasakan kesediaan orang lain dalam membantu publikasi tentang aplikasi bank digital Blu by BCA.					
8	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat merasakan motivasi orang lain untuk mempromosikan dan meningkatkan popularitas aplikasi bank digital Blu by BCA.					
9	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat menyadari bahwa orang lain sadar akan kualitas aplikasi bank digital Blu by BCA dan kemudian mempromosikannya kepada orang lain.					
<b>Dimensi <i>Expressing Positive Emotions</i></b>						
10	Melalui <i>E-Referral</i> , saya mendapatkan informasi mengenai daya tarik aplikasi bank digital Blu by BCA.					
11	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat memperoleh informasi bahwa orang lain merasa senang dan puas ketika menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA.					
12	Melalui <i>E-Referral</i> , saya memperoleh informasi bahwa aplikasi bank digital Blu by					





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	BCA dapat menjadi alternatif yang tepat untuk melakukan transaksi perbankan.					
<b>KEPUTUSAN PENGGUNAAN (VARIABEL Y)</b>						
No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA karena program BluReferral bank digital Blu by BCA.					
2	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA setelah melihat teman memberikan rekomendasi.					
3	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA karena ajakan yang diberikan terlihat meyakinkan.					
4	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA karena adanya bonus <i>cashback</i> yang diberikan pada program BluReferral.					
5	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA setelah mempertimbangkan testimoni yang diberikan oleh teman.					
6	Dengan arahan teman, kepercayaan diri saya dalam menggunakan bank digital Blu by BCA meningkat.					
7	Ketika menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA tanpa referensi, saya merasa cemas dengan keputusan yang saya ambil.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3. Data Penelitian

Resp.	Dimensi <i>Concern for Other</i>				Dimensi <i>Economic Incentives</i>			
	C1	C2	C3	X1	E1	E2	E3	X2
1	4	2	4	10	4	4	5	13
2	4	4	4	12	4	4	4	12
3	5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	5	5	14	4	4	4	12
5	5	5	5	15	5	5	5	15
6	4	4	5	13	5	5	3	13
7	4	5	4	13	4	5	5	14
8	4	4	5	13	4	5	5	14
9	4	4	5	13	4	5	5	14
10	4	4	4	12	5	5	4	14
11	4	4	4	12	4	4	4	12
12	4	4	5	13	4	5	3	12
13	4	4	4	12	3	4	3	10
14	5	4	3	12	3	4	4	11
15	5	4	3	12	4	5	4	13
16	5	4	5	14	5	4	5	14
17	5	4	3	12	5	3	4	12
18	5	5	3	13	3	4	5	12
19	1	2	3	6	2	1	2	5
20	5	3	4	12	4	4	3	11
21	5	4	3	12	5	3	5	13
22	4	4	4	12	4	4	5	13
23	5	3	4	12	5	4	5	14
24	4	5	5	14	4	5	3	12
25	5	5	5	15	5	5	5	15
26	5	5	5	15	5	5	5	15
27	4	4	4	12	5	5	5	15
28	4	5	4	13	4	4	4	12
29	4	5	5	14	5	5	5	15
30	4	4	4	12	4	4	4	12
31	4	5	5	14	4	5	4	13
32	4	4	4	12	5	5	5	15
33	4	4	4	12	5	5	5	15
34	5	5	4	14	4	4	4	12
35	5	5	5	15	5	5	5	15
36	4	4	4	12	4	4	4	12
37	4	4	4	12	4	4	4	12

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

38	4	4	4	12	5	4	5	14
39	4	4	4	12	3	4	5	12
40	4	4	4	12	4	5	4	13
41	5	5	5	15	5	5	5	15
42	4	4	3	11	4	3	4	11
43	5	5	5	15	5	5	5	15
44	3	4	3	10	4	4	4	12
45	4	4	5	13	4	4	4	12
46	3	3	3	9	3	3	3	9
47	4	4	4	12	4	5	4	13
48	4	3	4	11	4	4	4	12
49	3	3	4	10	4	3	4	11
50	5	5	5	15	4	4	4	12
51	5	5	4	14	5	3	4	12
52	4	4	5	13	4	4	4	12
53	5	4	5	14	5	4	5	14
54	4	4	4	12	4	4	4	12
55	3	4	5	12	4	4	3	11
56	4	4	5	13	5	4	4	13
57	5	5	5	15	5	5	5	15
58	4	4	4	12	4	4	4	12
59	4	4	4	12	3	4	4	11
60	4	4	4	12	4	4	4	12
61	4	4	5	13	3	5	4	12
62	4	4	4	12	4	4	5	13
63	4	5	4	13	5	4	5	14
64	4	4	4	12	5	5	5	15
65	5	4	5	14	5	4	5	14
66	4	5	5	14	4	5	5	14
67	4	5	4	13	4	5	4	13
68	4	5	4	13	5	4	4	13
69	5	5	5	15	5	5	5	15
70	5	4	5	14	5	5	4	14
71	4	4	5	13	4	4	4	12
72	4	5	4	13	5	5	4	14
73	4	5	5	14	5	4	5	14
74	4	4	4	12	4	4	4	12
75	4	4	4	12	4	4	4	12
76	4	4	4	12	5	5	5	15
77	5	5	5	15	4	5	4	13
78	4	4	5	13	5	4	5	14



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

79	4	4	4	12	4	4	4	12
80	5	5	4	14	4	5	5	14
81	4	4	4	12	5	5	5	15
82	5	4	4	13	5	4	4	13
83	5	4	4	13	5	4	4	13
84	4	5	4	13	4	5	5	14
85	5	4	5	14	5	4	4	13
86	4	4	5	13	5	5	4	14
87	4	4	4	12	4	5	5	14
88	5	4	5	14	5	4	5	14
89	5	5	5	15	5	5	5	15
90	4	4	5	13	5	4	5	14
91	4	4	4	12	4	5	5	14
92	4	4	4	12	4	4	4	12
93	5	4	4	13	4	5	4	13
94	4	5	4	13	4	5	5	14
95	4	5	4	13	5	4	4	13
96	4	4	4	12	4	4	4	12
97	5	4	4	13	4	4	4	12
98	5	5	5	15	4	4	5	13
99	5	5	5	15	5	5	5	15
100	4	4	5	13	4	5	5	14
101	5	4	5	14	5	4	4	13
102	4	4	4	12	5	4	4	13
103	4	4	4	12	4	4	4	12
104	4	4	4	12	4	5	4	13
105	5	4	4	13	5	4	5	14
106	5	4	5	14	5	5	4	14
107	4	4	4	12	4	5	4	13
108	4	4	4	12	4	5	4	13
109	4	5	4	13	4	5	5	14
110	4	4	5	13	4	5	5	14
111	5	5	5	15	4	5	4	13
112	4	5	4	13	5	4	4	13
113	4	4	5	13	5	5	5	15
114	4	4	4	12	5	5	5	15
115	4	5	5	14	5	4	5	14
116	5	5	4	14	4	5	5	14
117	4	4	4	12	5	5	5	15
118	4	5	4	13	4	5	4	13
119	4	5	5	14	5	5	4	14



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

120	5	5	5	15	5	4	4	13
121	4	4	4	12	5	5	5	15
122	5	4	5	14	4	5	4	13
123	5	5	5	15	5	5	5	15
124	4	5	5	14	5	4	4	13
125	4	4	5	13	4	3	4	11
126	4	5	4	13	5	5	5	15
127	5	4	4	13	4	5	5	14
128	5	5	4	14	5	5	5	15
129	2	4	4	10	4	5	4	13
130	4	4	4	12	4	4	4	12
131	4	4	3	11	5	4	3	12
132	4	4	3	11	5	4	3	12
133	4	4	5	13	4	4	4	12
134	4	4	4	12	4	4	5	13
135	5	4	5	14	5	5	4	14
136	4	5	4	13	5	4	5	14
137	4	5	4	13	4	4	4	12
138	3	4	4	11	3	4	4	11
139	5	4	4	13	4	5	5	14
140	5	5	4	14	4	4	5	13
141	4	4	4	12	4	4	4	12
142	4	4	4	12	4	4	5	13
143	4	4	5	13	3	5	4	12
144	4	4	4	12	5	4	4	13
145	4	4	5	13	4	4	4	12
146	5	5	4	14	4	4	5	13
147	5	5	4	14	4	5	4	13
148	4	4	5	13	4	4	4	12

Resp.	Dimensi <i>Helping the Company</i>				Dimensi <i>Expressing Positive Emotions</i>			
	H1	H2	H3	X3	EP1	EP2	EP3	X4
1	4	4	5	13	4	4	5	13
2	4	4	4	12	4	4	5	13
3	5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	5	5	14	4	4	5	13
5	4	4	4	12	5	4	5	14
6	4	4	5	13	3	4	4	11
7	5	4	4	13	5	4	5	14
8	5	4	5	14	4	5	5	14





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9	4	4	5	<b>13</b>	4	5	4	<b>13</b>
10	4	4	4	<b>12</b>	4	4	5	<b>13</b>
11	4	4	4	<b>12</b>	4	4	4	<b>12</b>
12	4	3	4	<b>11</b>	5	3	5	<b>13</b>
13	4	4	4	<b>12</b>	5	5	4	<b>14</b>
14	5	4	5	<b>14</b>	5	3	4	<b>12</b>
15	5	3	4	<b>12</b>	4	4	5	<b>13</b>
16	5	5	4	<b>14</b>	5	4	4	<b>13</b>
17	5	4	4	<b>13</b>	5	3	4	<b>12</b>
18	5	4	4	<b>13</b>	5	3	4	<b>12</b>
19	3	2	1	<b>6</b>	1	3	2	<b>6</b>
20	3	5	4	<b>12</b>	4	5	3	<b>12</b>
21	5	4	3	<b>12</b>	5	3	4	<b>12</b>
22	5	5	5	<b>15</b>	5	5	5	<b>15</b>
23	5	3	4	<b>12</b>	5	4	4	<b>13</b>
24	5	5	5	<b>15</b>	5	4	4	<b>13</b>
25	5	5	5	<b>15</b>	5	5	5	<b>15</b>
26	5	5	5	<b>15</b>	5	5	5	<b>15</b>
27	4	4	4	<b>12</b>	5	5	5	<b>15</b>
28	5	4	4	<b>13</b>	4	4	4	<b>12</b>
29	4	5	5	<b>14</b>	5	5	5	<b>15</b>
30	4	4	4	<b>12</b>	4	4	4	<b>12</b>
31	5	5	4	<b>14</b>	5	4	5	<b>14</b>
32	4	4	4	<b>12</b>	5	5	5	<b>15</b>
33	4	4	5	<b>13</b>	5	5	5	<b>15</b>
34	4	4	4	<b>12</b>	4	4	4	<b>12</b>
35	5	5	5	<b>15</b>	5	5	5	<b>15</b>
36	4	4	4	<b>12</b>	5	5	5	<b>15</b>
37	4	4	4	<b>12</b>	5	5	5	<b>15</b>
38	4	4	5	<b>13</b>	4	5	4	<b>13</b>
39	4	4	5	<b>13</b>	4	5	4	<b>13</b>
40	3	3	4	<b>10</b>	5	4	5	<b>14</b>
41	5	3	4	<b>12</b>	4	4	4	<b>12</b>
42	3	2	4	<b>9</b>	3	3	4	<b>10</b>
43	4	5	5	<b>14</b>	5	4	5	<b>14</b>
44	3	4	3	<b>10</b>	3	3	4	<b>10</b>
45	5	4	5	<b>14</b>	5	4	5	<b>14</b>
46	3	3	3	<b>9</b>	3	3	3	<b>9</b>
47	4	4	4	<b>12</b>	5	4	4	<b>13</b>
48	4	4	4	<b>12</b>	5	4	4	<b>13</b>
49	4	4	3	<b>11</b>	4	4	4	<b>12</b>



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

50	4	4	4	12	4	4	4	12
51	5	3	4	12	5	4	5	14
52	4	4	4	12	4	4	4	12
53	5	4	5	14	5	4	4	13
54	4	4	4	12	4	4	4	12
55	5	4	4	13	4	4	5	13
56	4	5	5	14	4	5	4	13
57	5	5	5	15	5	5	5	15
58	4	4	4	12	4	4	4	12
59	5	5	4	14	4	5	4	13
60	4	4	4	12	4	4	4	12
61	5	5	4	14	5	4	5	14
62	5	5	5	15	4	4	5	13
63	4	5	4	13	4	5	4	13
64	4	4	4	12	4	4	4	12
65	5	5	5	15	5	4	5	14
66	4	4	4	12	5	5	5	15
67	5	4	4	13	4	5	4	13
68	4	4	5	13	5	4	5	14
69	4	4	5	13	5	4	5	14
70	4	4	5	13	5	4	5	14
71	5	4	4	13	4	4	4	12
72	5	4	4	13	4	4	5	13
73	5	5	5	15	5	5	5	15
74	4	4	4	12	4	4	4	12
75	4	5	4	13	5	4	5	14
76	4	5	4	13	4	5	4	13
77	4	5	5	14	5	5	5	15
78	4	4	4	12	5	4	5	14
79	4	4	4	12	4	4	4	12
80	5	5	5	15	5	4	5	14
81	4	4	4	12	4	4	4	12
82	5	4	4	13	3	4	5	12
83	4	4	4	12	4	4	5	13
84	5	5	4	14	5	5	4	14
85	5	4	5	14	5	4	5	14
86	4	5	5	14	4	4	5	13
87	5	5	5	15	4	4	4	12
88	5	5	5	15	5	5	5	15
89	5	5	5	15	5	5	5	15
90	5	4	5	14	5	5	5	15



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

91	5	5	4	14	5	4	5	14
92	4	4	4	12	4	4	4	12
93	4	4	4	12	5	5	5	15
94	5	4	5	14	5	5	5	15
95	5	5	5	15	5	4	4	13
96	4	4	4	12	5	4	4	13
97	4	4	4	12	4	4	4	12
98	5	5	5	15	4	5	5	14
99	4	4	5	13	5	5	5	15
100	5	5	4	14	5	4	5	14
101	5	4	5	14	5	4	4	13
102	4	4	4	12	5	5	5	15
103	5	5	4	14	5	4	5	14
104	5	5	4	14	5	4	4	13
105	5	4	4	13	4	4	5	13
106	5	5	5	15	4	4	5	13
107	5	5	4	14	4	4	5	13
108	5	5	4	14	4	4	5	13
109	5	4	5	14	5	4	4	13
110	4	5	4	13	4	4	4	12
111	5	5	4	14	5	4	5	14
112	5	4	5	14	5	4	4	13
113	5	4	4	13	4	5	5	14
114	5	5	5	15	4	4	4	12
115	5	4	5	14	4	5	5	14
116	4	5	5	14	5	5	5	15
117	4	5	4	13	5	5	4	14
118	5	5	5	15	4	5	4	13
119	4	5	4	13	5	5	4	14
120	4	5	4	13	4	4	5	13
121	5	5	5	15	5	5	5	15
122	4	4	4	12	5	5	5	15
123	5	5	5	15	5	5	5	15
124	5	5	4	14	5	4	5	14
125	4	4	4	12	4	4	4	12
126	4	5	5	14	4	5	5	14
127	4	4	5	13	5	5	5	15
128	5	5	5	15	5	5	5	15
129	4	5	5	14	4	5	4	13
130	5	5	5	15	5	5	5	15
131	5	4	4	13	3	4	4	11





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

132	4	5	4	<b>13</b>	3	4	4	<b>11</b>
133	5	4	4	<b>13</b>	4	4	5	<b>13</b>
134	4	4	4	<b>12</b>	3	3	4	<b>10</b>
135	5	5	5	<b>15</b>	4	4	5	<b>13</b>
136	5	5	4	<b>14</b>	4	5	4	<b>13</b>
137	4	5	4	<b>13</b>	5	5	5	<b>15</b>
138	4	3	3	<b>10</b>	4	4	4	<b>12</b>
139	5	4	5	<b>14</b>	5	5	5	<b>15</b>
140	5	5	4	<b>14</b>	4	5	5	<b>14</b>
141	4	4	3	<b>11</b>	4	4	4	<b>12</b>
142	4	4	4	<b>12</b>	4	4	4	<b>12</b>
143	4	4	5	<b>13</b>	5	3	3	<b>11</b>
144	4	4	5	<b>13</b>	4	3	5	<b>12</b>
145	5	5	5	<b>15</b>	4	4	4	<b>12</b>
146	4	4	4	<b>12</b>	5	5	5	<b>15</b>
147	5	4	5	<b>14</b>	4	5	4	<b>13</b>
148	4	5	4	<b>13</b>	4	5	4	<b>13</b>

Resp.	Keputusan Penggunaan							
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	Y1
1	4	5	4	5	4	5	3	<b>30</b>
2	4	5	4	4	5	4	3	<b>29</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
4	5	5	5	4	5	5	4	<b>33</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
6	4	4	5	5	4	4	3	<b>29</b>
7	5	5	4	4	5	5	4	<b>32</b>
8	4	4	4	5	4	4	3	<b>28</b>
9	4	5	4	5	5	4	3	<b>30</b>
10	4	4	5	5	4	4	4	<b>30</b>
11	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
12	5	4	3	4	5	3	3	<b>27</b>
13	2	2	3	3	3	4	4	<b>21</b>
14	4	5	4	4	5	3	4	<b>29</b>
15	5	3	5	4	3	4	4	<b>28</b>
16	4	4	4	5	4	4	4	<b>29</b>
17	4	3	4	5	4	3	4	<b>27</b>
18	3	5	5	4	3	4	5	<b>29</b>
19	3	1	2	3	1	2	1	<b>13</b>
20	5	3	5	4	4	3	4	<b>28</b>
21	4	3	5	5	4	4	5	<b>30</b>



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

22	5	4	4	4	5	5	4	31
23	5	4	4	3	4	3	5	28
24	4	5	5	5	4	4	5	32
25	5	5	5	5	5	5	5	35
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	5	5	5	5	5	5	5	35
29	4	4	5	5	4	4	3	29
30	4	4	4	4	4	4	3	27
31	4	5	5	4	5	4	4	31
32	5	5	5	5	5	4	5	34
33	5	4	5	5	4	4	2	29
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	5	5	5	5	5	5	5	35
36	4	4	4	4	5	4	4	29
37	5	5	4	4	5	4	5	32
38	4	4	4	4	5	5	5	31
39	4	5	4	5	4	4	4	30
40	4	3	4	4	4	4	4	27
41	4	4	5	5	5	5	2	30
42	2	2	4	3	3	3	2	19
43	5	3	3	5	4	4	5	29
44	3	4	4	4	3	3	4	25
45	5	4	5	5	5	4	5	33
46	3	3	3	3	3	3	3	21
47	4	4	4	5	4	4	4	29
48	5	3	4	5	4	4	2	27
49	4	4	3	4	3	3	3	24
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	5	3	3	5	3	2	1	22
52	4	5	5	4	4	4	4	30
53	5	5	4	5	4	4	5	32
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	5	4	4	4	5	3	3	28
56	4	4	4	5	4	4	5	30
57	5	5	5	5	5	5	5	35
58	4	4	4	4	4	4	4	28
59	3	4	5	4	4	4	5	29
60	4	4	3	4	3	4	4	26
61	5	4	5	5	5	5	3	32
62	5	5	5	5	4	4	4	32



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

63	4	5	4	5	4	5	4	31
64	4	4	4	4	4	4	4	28
65	5	5	4	5	5	5	4	33
66	5	4	4	5	5	4	4	31
67	5	5	4	4	5	5	5	33
68	4	5	4	4	5	5	4	31
69	4	4	5	5	5	5	4	32
70	1	5	5	4	4	2	5	26
71	5	4	4	5	4	4	4	30
72	5	4	5	5	4	4	4	31
73	5	4	4	5	5	5	3	31
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	3	4	4	4	4	4	27
76	4	5	5	4	5	4	5	32
77	5	5	5	5	4	5	4	33
78	5	5	4	4	5	4	5	32
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	5	5	5	5	3	3	3	29
81	1	1	4	4	1	4	1	16
82	5	4	4	4	4	5	4	30
83	3	3	4	5	3	3	3	24
84	5	4	4	5	5	5	5	33
85	5	4	3	5	5	4	4	30
86	5	5	4	4	4	4	5	31
87	5	5	4	5	5	4	5	33
88	5	5	4	4	5	4	5	32
89	5	5	5	5	5	5	1	31
90	5	5	4	5	4	5	4	32
91	5	4	4	5	5	5	5	33
92	4	4	4	4	4	4	4	28
93	5	5	5	4	5	5	4	33
94	5	5	4	4	5	5	5	33
95	5	4	4	5	4	4	1	27
96	4	5	4	5	4	4	2	28
97	4	4	4	5	4	4	4	29
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	4	4	4	5	4	5	4	30
100	5	5	5	4	4	4	5	32
101	5	5	5	5	5	5	4	34
102	4	4	4	4	5	5	4	30
103	5	4	5	4	4	4	5	31





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

104	5	4	4	3	4	4	5	29
105	5	4	5	5	5	5	4	33
106	4	4	5	5	5	4	5	32
107	4	5	4	5	5	5	5	33
108	4	4	4	4	4	4	4	28
109	4	5	5	4	5	5	4	32
110	5	5	5	5	5	5	4	34
111	5	5	5	5	5	5	5	35
112	4	5	5	4	4	5	4	31
113	4	4	4	4	4	5	5	30
114	4	4	5	5	5	5	5	33
115	4	5	4	5	4	5	5	32
116	5	4	4	5	5	4	5	32
117	5	5	5	4	5	5	4	33
118	4	4	5	4	5	5	5	32
119	4	5	4	5	4	4	2	28
120	5	4	4	4	5	4	4	30
121	4	4	4	4	4	4	4	28
122	4	4	5	4	4	4	4	29
123	5	5	5	5	5	5	5	35
124	5	5	4	4	4	5	4	31
125	4	4	4	4	4	4	2	26
126	4	5	4	5	4	5	5	32
127	5	5	5	4	5	4	5	33
128	5	5	5	5	5	5	5	35
129	4	5	4	5	4	5	4	31
130	5	5	5	5	5	5	5	35
131	4	3	4	4	4	4	4	27
132	5	3	4	4	3	3	5	27
133	4	4	5	4	4	4	5	30
134	4	4	4	4	4	5	4	29
135	5	3	3	4	3	5	3	26
136	4	4	5	5	4	5	4	31
137	5	5	5	5	4	4	4	32
138	4	3	3	4	4	4	3	25
139	5	5	5	5	4	5	5	34
140	4	4	5	4	3	4	3	27
141	4	4	4	4	3	4	4	27
142	4	4	4	5	4	4	3	28
143	4	3	4	4	4	4	5	28
144	5	4	5	5	4	4	2	29

145	5	4	4	5	5	4	4	<b>31</b>
146	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
147	5	4	4	5	5	5	5	<b>33</b>
148	4	4	5	4	5	4	5	<b>31</b>



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Lampiran 4. Distribusi Pertanyaan

<i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH (VARIABEL X)</i>						
No	Pertanyaan	Frekuensi				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Dimensi Concern for Other</b>						
1	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang berbagai pilihan produk dan kualitas layanan yang disediakan oleh aplikasi bank digital Blu by BCA.	1	1	5	92	49
2	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat merasakan kepedulian dari orang lain yang merekomendasikan penggunaan aplikasi bank digital Blu by BCA.	0	2	5	91	50
3	Melalui <i>E-Referral</i> , saya mendapatkan rekomendasi yang berkaitan dengan aplikasi bank digital Blu by BCA.	0	0	11	80	57
<b>Dimensi Economic Incentives</b>						
4	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat mendapatkan petunjuk mengenai pembukaan aplikasi Blu by BCA tanpa harus mendatangi lokasi ataupun telepon <i>call center</i> Blu by BCA.	20	1	9	75	63
5	Melalui <i>E-Referral</i> , saya memperoleh informasi tentang keuntungan yang bisa didapatkan berupa <i>cashback</i> ketika menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA.	1	0	7	73	67
6	Melalui <i>E-Referral</i> , saya mendapatkan informasi mengenai fitur dan layanan Blu by BCA tanpa harus datang langsung ke <i>booth offline</i> Blu by BCA.	0	1	9	74	64
<b>Dimensi Helping the Company</b>						
7	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat merasakan kesediaan orang lain dalam membantu publikasi tentang aplikasi bank digital Blu by BCA.	0	0	6	71	71
8	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat merasakan motivasi orang lain untuk mempromosikan dan meningkatkan	0	2	8	78	60

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	popularitas aplikasi bank digital Blu by BCA.					
9	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat menyadari bahwa orang lain sadar akan kualitas aplikasi bank digital Blu by BCA dan kemudian mempromosikannya kepada orang lain.	1	0	6	81	60
<b>Dimensi <i>Expressing Positive Emotions</i></b>						
10	Melalui <i>E-Referral</i> , saya mendapatkan informasi mengenai daya tarik aplikasi bank digital Blu by BCA.	1	0	8	64	75
11	Melalui <i>E-Referral</i> , saya dapat memperoleh informasi bahwa orang lain merasa senang dan puas ketika menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA.	0	0	12	80	56
12	Melalui <i>E-Referral</i> , saya memperoleh informasi bahwa aplikasi bank digital Blu by BCA dapat menjadi alternatif yang tepat untuk melakukan transaksi perbankan.	0	1	3	65	79
<b>KEPUTUSAN PENGGUNAAN (VARIABEL Y)</b>						
No	Pertanyaan	Frekuensi				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA karena program BluReferral bank digital Blu by BCA.	2	2	6	69	69
2	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA setelah melihat teman memberikan rekomendasi.	2	2	16	69	59
3	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA karena ajakan yang diberikan terlihat meyakinkan.	0	1	10	79	58
4	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA karena adanya bonus <i>cashback</i> yang diberikan pada program BluReferral.	0	0	6	69	73
5	Saya menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA setelah mempertimbangkan testimoni yang diberikan oleh teman.	2	0	15	71	60

6	Dengan arahan teman, kepercayaan diri saya dalam menggunakan bank digital Blu by BCA meningkat.	0	3	13	78	54
7	Ketika menggunakan aplikasi bank digital Blu by BCA tanpa referensi, saya merasa cemas dengan keputusan yang saya ambil.	5	8	19	64	5



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 5. Nilai *Cross Loadings*

	<i>Concern For Other</i>	<i>Economic Incentives</i>	<i>Expressing Positive Emotions</i>	<i>Helping The Company</i>	Keputusan Penggunaan
<b>CFO1</b>	0,727	0,394	0,429	0,413	0,251
<b>CFO2</b>	0,917	0,429	0,452	0,457	0,432
<b>EI5</b>	0,421	0,834	0,524	0,483	0,478
<b>EI6</b>	0,395	0,827	0,498	0,418	0,469
<b>HTC7</b>	0,402	0,311	0,333	0,715	0,391
<b>HTC8</b>	0,348	0,395	0,432	0,779	0,448
<b>HTC9</b>	0,452	0,526	0,519	0,814	0,510
<b>EPE10</b>	0,471	0,481	0,775	0,446	0,419
<b>EPE11</b>	0,301	0,456	0,726	0,407	0,443
<b>EPE12</b>	0,429	0,468	0,783	0,436	0,414
<b>KP2</b>	0,352	0,463	0,473	0,505	0,833
<b>KP5</b>	0,343	0,420	0,493	0,469	0,851
<b>KP6</b>	0,374	0,529	0,423	0,485	0,800

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

## Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



## Lampiran 6. Lembar Bimbingan

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**  
 Jalan Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425  
 Telepon (021) 7270036, Hunting, Fax (021) 7270034  
 Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: [humas@pnj.ac.id](mailto:humas@pnj.ac.id)



## LEMBAR BIMBINGAN

NIM	:	1904421016
Nama	:	Gifti Nurani
Program Studi	:	D4 Keuangan dan Perbankan
Nama Dosen Pembimbing	:	Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.

No	Tanggal	Kegiatan	Tanda Tangan Pembimbing
1	Sabtu, 18 Maret 2023	1. Pengiriman <i>draft</i> proposal skripsi melalui email 2. Pembahasan topik skripsi yang akan diajukan	
2	Rabu, 22 Maret 2023	1. Membuat <i>literature review</i> 2. Revisi latar belakang	
3	Jumat, 24 Maret 2023	Revisi kerangka isi dari latar belakang	
4	Rabu, 29 Maret 2023	Revisi penulisan BAB 1	
5	Rabu, 5 April 2023	Revisi penulisan rumusan masalah	
6	Senin, 10 April 2023	Persetujuan BAB 1	
7	Rabu, 12 April 2023	Revisi BAB II a. Landasan teori b. Penelitian terdahulu	
8	Minggu, 16 April 2023	Revisi BAB II a. Kerangka pemikiran b. Hipotesis	
9	Minggu, 30 April 2023	Persetujuan BAB II	

## Hak Cipta :

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10	Senin, 1 Mei 2023	Revisi BAB III mengenai tabel variabel operasional	Za
11	Selasa, 2 Mei 2023	1. Persetujuan BAB III 2. Persetujuan sidang seminar proposal	Za
12	Jumat, 12 Mei 2023	1. Revisi BAB II kerangka pemikiran dan hipotesis 2. Pembahasan olah data	Za
13	Senin, 15 Mei 2023	Persiapan dan latihan sidang seminar proposal	Za
14	Rabu, 17 Mei 2023	Revisi pertanyaan kuesioner	Za
15	Sabtu, 20 Mei 2023	Persetujuan penyebaran kuesioner	Za
16	Senin, 5 Juni 2023	Revisi seminar proposal	Za
17	Senin, 26 Juni 2023	1. Revisi BAB IV 2. Revisi BAB V	Za
18	Senin, 3 Juli 2023	Persetujuan Sidang Skripsi	Za

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**