

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PROMOSI DIGITAL,  
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN “*BLU BY BCA DIGITAL*” DI  
KALANGAN PEKERJA KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**disusun oleh :**

**SEKAR AYU ROFIANI**

**NIM : 20221221089**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2026**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PROMOSI DIGITAL,  
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN “*BLU BY BCADIGITAL*” DI  
KALANGAN PEKERJA KOTA SURABAYA**

**Diajukan guna memenuhi  
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen**



**Oleh :  
SEKAR AYU ROFIANI  
NIM : 20221221089**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2026**

## PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sekar Ayu Rofiani

NIM : 20221221089

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Promosi Digital, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan “*Blu by BCA Digital*” di Kalangan Pekerja Kota Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 27 Juli 2026

Yang membuat pernyataan

  
Sekar Ayu Rofiah

**PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PROMOSI DIGITAL,  
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN “*BLU BY BCA DIGITAL*” DI  
KALANGAN PEKERJA KOTA SURABAYA**

**Diajukan Oleh :**

**SEKAR AYU ROFIANI**

**NIM : 20221221089**

**Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :**

**Dosen Pembimbing,**

**Tanda Tangan**

**Tanggal**

1. Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M.



17/06/2026

2. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M.



16/06/2026

**Mengetahui :**

**Dekan**

**Koordinator Program Studi**

**Dr. Mohamad Mochlas, S.Si., M.M.**

**Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M.**

**PENGESAHAN PANITIA PENGUJI**  
**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PROMOSI DIGITAL,**  
**DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP**  
**KEPUTUSAN MENGGUNAKAN “*BLU BY BCA DIGITAL*” DI**  
**KALANGAN PEKERJA KOTA SURABAYA**

Nama : Sekar Ayu Rofiani

NIM : 20221221089

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Senin / 29 Juni 2026

Pukul : 11.00 WIB sampai dengan 12.30 WIB

Komisi Penguji terdiri dari

Komisi Penguji

Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M

Anggota I

Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M

Anggota II

Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd., CMA

Mengetahui,

Dr. Mochammad Mochklas, S.Si., M.M

Dr. Dwi Senggo Panggayudi, ST., M.M.

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PROMOSI DIGITAL,  
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN “*BLU BY BCA DIGITAL*” DI  
KALANGAN PEKERJA KOTA SURABAYA**

**Sekar Ayu Rofiani**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail: [sekar.ayu.rofiani-2022@fe.um-surabaya.ac.id](mailto:sekar.ayu.rofiani-2022@fe.um-surabaya.ac.id)

**ABSTRAK**

Pesatnya pertumbuhan bank digital di Indonesia, di mana aplikasi “*Blu by BCA Digital*” menghadapi persaingan ketat dan fluktuasi rating pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth*, promosi digital, dan persepsi kemudahan penggunaan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menggunakan aplikasi “*Blu by BCA Digital*” di kalangan pekerja Kota Surabaya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pekerja aktif Kota Surabaya dan sedang atau pernah menggunakan aplikasi “*Blu by BCA Digital*”. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui perangkat lunak *SPSS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *electronic word of mouth*, promosi digital, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan, dengan variabel persepsi kemudahan penggunaan terbukti memiliki pengaruh paling dominan. Temuan menegaskan pentingnya reputasi digital yang positif, promosi interaktif, dan transaksi yang praktis untuk mendorong adopsi layanan perbankan digital di kalangan pekerja urban.

**Kata Kunci:** *Electronic Word of Mouth*, Promosi Digital, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keputusan Menggunakan

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DIGITAL PROMOTION, AND PERCEIVED EASE OF USE ON THE DECISION TO USE “BLU BY BCA DIGITAL” AMONG WORKERS IN SURABAYA***

**Sekar Ayu Rofiani**

Management Departement, Faculty of Economic and Business,

Muhammadiyah University of Surabaya

e-mail : [sekar.ayu.rofiani-2022@fe.um-surabaya.ac.id](mailto:sekar.ayu.rofiani-2022@fe.um-surabaya.ac.id)

***ABSTRACT***

*The rapid growth of digital banking in Indonesia has intensified competition among digital banks, with the “Blu by BCA Digital” application experiencing both intense market competition and fluctuations in user ratings. This study aims to examine the partial and simultaneous influence of electronic word of mouth, digital promotion, and perceived ease of use on the decision to use the “Blu by BCA Digital” application among workers in Surabaya. This study employed a quantitative approach using purposive sampling. The participants consisted of active workers in Surabaya who were current or former users of the “Blu by BCA Digital” application. Primary data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The findings indicate that, individually, electronic word of mouth, digital promotion, and perceived ease of use each have a positive and statistically significant influence on the decision to use the application. Among these variables, perceived ease of use was found to have the strongest influence. These findings highlight the importance of a positive digital reputation, interactive promotional activities, and convenient transaction processes in encouraging the adoption of digital banking services among urban workers.*

**Keywords:** *Electronic Word of Mouth, Digital Promotion, Perceived Ease of Use, Decision to Use*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mundakir, S.Kep., Ns., M.Kep. FISQua., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya, yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan belajar yang baik.
2. Bapak Dr. Mochamad Mockhlas, S.Si., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, atas dukungan penuh terhadap kegiatan akademik.
3. Bapak Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, yang telah memfasilitasi proses pendidikan kami.
4. Bapak Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M., selaku dosen pembimbing 1 atas segala bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga selama proses penulisan skripsi ini.
5. Bapak Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing 2 yang telah sangat sabar memberikan semua arahan dan saran yang sangat berharga selama proses penulisan skripsi ini hingga selesai.

6. Ibu Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd., CMA, selaku dosen penguji yang juga memberi saran dan masukan pada penelitian skripsi ini.
7. Ibu, Ayah, dan Adik penulis, atas segala doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan material yang selalu diberikan kepada penulis selama menempuh studi ini.
8. Sahabat-sahabat terbaik yakni Dhea, Janah, Puan, Widi, dan Maziah, terima kasih yang tak terhingga atas setiap dorongan semangat dan kebersamaan yang selalu menjadi penguat dalam melewati masa perkuliahan.
9. Teman - teman seperjuangan, terima kasih atas semangat, kerja sama, dan bantuan yang saling melengkapi sepanjang masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini selesai.
10. Seluruh partisipan atau responden penelitian yang telah membantu melengkapi penelitian.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat dikembangkan menjadi skripsi lengkap yang berkualitas. Penulis menyadari masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan.

Surabaya, 21 Juli 2026

Penulis

(Sekar Ayu Rofiani)

## DAFTAR ISI

|                                          | HAL  |
|------------------------------------------|------|
| PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT ..... | i    |
| PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....           | ii   |
| PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....          | iii  |
| ABSTRAK .....                            | iv   |
| <i>ABSTRACT</i> .....                    | v    |
| KATA PENGANTAR .....                     | vi   |
| DAFTAR ISI.....                          | viii |
| DAFTAR TABEL.....                        | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                    | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                   | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....          | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....                  | 13   |
| C. Tujuan Penelitian .....               | 13   |
| D. Manfaat Penelitian.....               | 14   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....             | 16   |
| A. Landasan Teori .....                  | 16   |
| 1. Pemasaran .....                       | 16   |

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2. Promosi Digital.....                                                          | 19 |
| 3. Persepsi Kemudahan Penggunaan .....                                           | 21 |
| 4. Perilaku Konsumen.....                                                        | 24 |
| 5. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....                                         | 27 |
| 6. Keputusan Menggunakan .....                                                   | 29 |
| B. Hubungan Antar Variabel dan Penelitian Terdahulu.....                         | 32 |
| 1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Menggunakan       | 32 |
| 2. Pengaruh Promosi Digital terhadap Keputusan Menggunakan .....                 | 32 |
| 3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan<br>Menggunakan..... | 33 |
| C. Penelitian Terdahulu .....                                                    | 33 |
| D. Kerangka Konseptual dan Model Analisis .....                                  | 36 |
| 1. Kerangka Konseptual.....                                                      | 36 |
| 2. Model Analisis .....                                                          | 37 |
| E. Hipotesis Penelitian .....                                                    | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                                   | 39 |
| A. Pendekatan Penelitian.....                                                    | 39 |
| B. Definisi Operasional Variabel .....                                           | 39 |
| C. Populasi dan Teknik <i>Sampling</i> .....                                     | 41 |
| 1. Populasi Penelitian.....                                                      | 41 |

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 2. Teknik <i>Sampling</i> .....                                   | 42 |
| D. Objek dan Waktu Penelitian .....                               | 44 |
| 1. Objek Penelitian .....                                         | 44 |
| 2. Waktu Penelitian .....                                         | 44 |
| E. Metode dan Teknik Pengambilan Data .....                       | 44 |
| F. Teknik Analisa Data .....                                      | 47 |
| 1. Uji Instrumen Penelitian .....                                 | 47 |
| 2. Uji Asumsi Klasik .....                                        | 48 |
| 3. Analisis Data .....                                            | 50 |
| 4. Uji Hipotesis .....                                            | 51 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                      | 52 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....                           | 52 |
| 1. Sejarah Singkat Perusahaan .....                               | 52 |
| 2. Logo Perusahaan .....                                          | 53 |
| B. Deskripsi Hasil Penelitian .....                               | 54 |
| 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 55 |
| 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....          | 56 |
| 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan .....    | 57 |
| 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili .....      | 58 |
| 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....     | 59 |

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan.....                               | 60 |
| 7. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....                        | 61 |
| C. Deskripsi Variabel Penelitian .....                                                      | 62 |
| 1. <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1).....                                                | 62 |
| 2. Promosi Digital (X2) .....                                                               | 63 |
| 3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3).....                                                  | 64 |
| 4. Keputusan Menggunakan (Y).....                                                           | 65 |
| D. Hasil Uji Hipotesis .....                                                                | 66 |
| 1. Uji Instrumen .....                                                                      | 66 |
| 2. Uji Asumsi Klasik.....                                                                   | 68 |
| 3. Analisis Data.....                                                                       | 72 |
| 4. Uji Koefisien Determinasi .....                                                          | 74 |
| 5. Uji Hipotesis .....                                                                      | 75 |
| E. Pembahasan.....                                                                          | 80 |
| 1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) Terhadap Keputusan<br>Menggunakan (Y)..... | 80 |
| 2. Pengaruh Promosi Digital (X2) Terhadap Keputusan Menggunakan (Y). 82                     |    |
| 3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) Terhadap Keputusan<br>Menggunakan (Y).....   | 84 |

|                                                                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1), Promosi Digital (X2), dan<br>Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) Terhadap Keputusan Menggunakan<br>(Y) ..... | 87 |
| BAB V PENUTUP.....                                                                                                                                            | 91 |
| A. Kesimpulan.....                                                                                                                                            | 91 |
| B. Saran .....                                                                                                                                                | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                                                          | 94 |
| LAMPIRAN.....                                                                                                                                                 | 99 |

## DAFTAR TABEL

| No Tabel                                                                              | Hal |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1. 1 Aplikasi Bank Digital Paling Banyak Diunduh Sampai Oktober 2025 .          | 5   |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                                  | 34  |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional .....                                                  | 40  |
| Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....                                                   | 46  |
| Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                       | 55  |
| Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....                                 | 56  |
| Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....                          | 57  |
| Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili .....                            | 58  |
| Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                           | 59  |
| Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan.....                           | 60  |
| Tabel 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....                    | 62  |
| Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1).....    | 63  |
| Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Digital (X2) .....                   | 63  |
| Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)<br>..... | 64  |
| Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Menggunakan (Y).....              | 65  |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....                                                  | 66  |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....                                               | 67  |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                          | 71  |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....                                   | 72  |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                     | 74  |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 17 Interval Koefisien Korelasi .....                | 74 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....                                 | 76 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji F .....                                | 78 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>Standardized Coefficients</i> ..... | 79 |

## DAFTAR GAMBAR

| No   | Gambar                                                | Hal |
|------|-------------------------------------------------------|-----|
| 1. 1 | Transaksi Perbankan Digital 2021 - 2024.....          | 1   |
| 1. 2 | Bank Digital Paling Banyak Digunakan Tahun 2022 ..... | 4   |
| 1. 3 | Ulasan Pengguna “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” .....   | 6   |
| 2. 1 | Kerangka Konseptual.....                              | 36  |
| 2. 2 | Model Analisis .....                                  | 37  |
| 4. 1 | Logo “ <i>Blu by BCA Digital</i> ” .....              | 54  |
| 4. 2 | Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....             | 69  |
| 4. 3 | Hasil Uji <i>Scatterplot</i> .....                    | 70  |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Peneliti.....                 | 99  |
| Lampiran 2 Hasil Olah Data SPSS.....               | 103 |
| Lampiran 3 Tabel Tabulasi Responden Uji Coba ..... | 109 |
| Lampiran 4 Tabel Tabulasi Responden.....           | 115 |
| Lampiran 5 Tabel T.....                            | 130 |
| Lampiran 6 Tabel F .....                           | 133 |
| Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....   | 136 |
| Lampiran 8 SK Pembimbing.....                      | 138 |
| Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi .....           | 139 |
| Lampiran 10 Surat Keterangan Bukti Plagiasi.....   | 140 |
| Lampiran 11 <i>Endorsement Letter</i> .....        | 141 |
| Lampiran 12 Lembar Perbaikan Skripsi .....         | 142 |