

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harapan, Minat Beli Ulang, *Word of Mouth*, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online Heehjek di Kabupaten Nganjuk” ini ditulis oleh Yesi Arum Puspitasari, NIM. 12402173142, Pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., M.M.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya transportasi ojek online di Kabupaten Nganjuk. Kemudahan demi kemudahan yang didapat ketika menggunakan jasa transportasi ojek online ialah pemicu utama. Salah satu transportasi ojek online di Kabupaten Nganjuk adalah HeehJek, dimana banyak sekali kemudahan dan juga kelebihan ketika menggunakan jasa yang disediakan HeehJek melalui aplikasi. Namun untuk mengoptimalkan penggunaan jasa yang diberikan HeehJek tentunya harus mengetahui apa saja indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya, seperti harapan, minat beli ulang, *word of mouth* dan harga.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah (1) Apakah ada pengaruh secara positif signifikan harapan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk?, (2) Apakah ada pengaruh secara positif signifikan minat beli ulang terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk?, (3) Apakah ada pengaruh secara positif signifikan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk?, (4) Apakah ada pengaruh secara positif signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk?, (5) Apakah ada pengaruh secara positif signifikan harapan, minat beli ulang, *word of mouth*, dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan kategori *simple random sampling*. Tahap pengumpulan data menggunakan analisis kuantitatif dengan analisis statistik melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji T, uji F serta uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Harapan memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) Minat beli ulang memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) *Word of Mouth* memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (4) Harga memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (5) Harapan, Minat Beli Ulang, *Word of Mouth* serta Harga secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harapan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang, *Word of Mouth*

ABSTRACT

This thesis with the title “The Influence of Expectations, Repurchase Interest, Word of Mouth, and Price on Customer Satisfaction of HeehJek Online Ojek Transportation Services in Nganjuk Regency” was written by Yesi Arum Puspitasari, NIM. 12402173142, Advisor Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., M.M.

This research is motivated by the large number of online motorcycle taxi transportation in Nganjuk Regency. Convenience for convenience that is obtained when using online motorcycle taxi transportation services is the main trigger. One of the online ojek transportation in Nganjuk Regency is HeehJek, where there are lots of conveniences and also advantages when using the services provided by HeehJek through the application. However, to optimize the use of services provided by HeehJek, of course you must know what indicators affect customer satisfactions, such as expectations, repurchase interest, word of mouth and prices.

The formulation of the problems in this thesis are (1) Is there a significant positive influence on expectations on customer satisfaction of HeehJek online motorcycle taxi transportation services in Nganjuk Regency?, (2) Is there a significant positive effect of repurchase interest on customer satisfaction for HeehJek online motorcycle taxi transportation Nganjuk Regency?, (3) Is there a significant positive effect of word of mouth on customer satisfaction for HeehJek online motorcycle taxi transportation Nganjuk Regency?, (4) Is there a significant positive effect of on customer satisfaction for HeehJek online motorcycle taxi transportation Nganjuk Regency?, (5) Is there a significant positive effect on expectations, repurchase interest, word of mouth, and price on customer satisfaction of ojek transportation services online HeehJek in Nganjuk District?

The method used in this research is quantitative method with associative quantitative research type. The sample used in this study were 100 respondents who were customers of HeehJek’s online motorcycle taxi transportation service in Nganjuk Regency. The sampling technique in this study is probability sampling with the category of simple random sampling. The data collection stage uses quantitative analysis with statistical analysis through validity testing, reliability testing, classical assumption test, multiple linear regression test, T test, F test and coefficient of determination test.

The results of this study indicate that (1) Expectation shows a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) Repurchase intention shows a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) Word of Mouth shows a positive and significant effect on customer satisfaction, (4) Price shows a positive and significant influence on customer satisfaction, (5) Expectations, Repurchase Interest, Word of Mouth and Price simultaneously or together have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Expectation, Price, Repurchase Interest, Word of Mouth

ملخص

رسالة بعنوان "تأثير التوقعات ، وفوائد إعادة الشراء ، والكلام الشفهي ، والأسعار على إرضاء العملاء في خدمة النقل دراجة أجرة عبر الإنترنت يا جيك في منطقة نانجوك" كتب هذا من قبل نعم أنا اروم بوسيناساري، نيم. ١٢٤٠٢١٧٣١٤٢، مستشار دكتور. هجرية. نور عيني لطيفة س. ه. مم.

الدافع وراء هذا البحث هو العدد الكبير من وسائل النقل عبر الإنترنت في إندونيسيا ريجنسي نانجوك. إن الراحة التي يتم الحصول عليها عند استخدام خدمات النقل بسيارات الأجرة للدراجات النارية عبر الإنترنت هي الدافع الرئيسي. واحدة من وسائل النقل عبر الإنترنت بسيارات الأجرة في ريجنسي نانجوك هو يا جاك، حيث يوجد الكثير من وسائل الراحة والمزايا عند استخدام الخدمات التي تقدمها يا جاك من خلال التطبيق. ومع ذلك ، لتحسين استخدام الخدمات التي تقدمها يا جاك ، بالطبع ، يجب على المرء أن يعرف المؤشرات التي تؤثر على رضا العملاء ، مثل التوقعات ، واهتمام إعادة الشراء ، والكلام الشفهي ، والسعر.

صياغة المشكلة في هذه الأطروحة هي (١) هل هناك تأثير إيجابي كبير للتوقعات على رضا العملاء عن خدمة النقل بسيارة الأجرة عبر الإنترنت من يا جاك في حي كانجوك؟، (٢) هل هناك تأثير إيجابي كبير لمصلحة إعادة الشراء على رضا العملاء من خدمة النقل بسيارات الأجرة للدراجات البخارية من يا جاك عبر الإنترنت في نغسان. حي كانجوك ؟، (٣) هل هناك تأثير إيجابي كبير للكلام الشفهي على رضا العملاء عن خدمة النقل بسيارات الأجرة عبر الإنترنت من يا جاك في نغسان المقاطعات ؟، (٤) هل هناك تأثير إيجابي كبير تأثير السعر على رضا العملاء عن خدمة النقل بسيارة الأجرة عبر الإنترنت من هو يا جاك في حي كانجوك ؟ ، (٥) هل هناك تأثير إيجابي كبير للتوقعات ، واهتمام إعادة الشراء ، والكلام الشفهي ، والسعر على رضا العملاء عن خدمة نقل سيارات الأجرة عبر الإنترنت من هو يا جاك في حي كانجوك ؟ الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي الطريقة الكمية مع نوع البحث الكمي الترابطي. كانت العينة المستخدمة في هذه الدراسة عبارة عن مائة مستجيب كانوا عملاء لخدمة النقل بسيارات الأجرة عبر الإنترنت الخاصة بـ يا جاك في حي كانجوك. تقنية أخذ العينات في هذه الدراسة هي أخذ العينات الاحتمالية مع فئة أخذ العينات العشوائية البسيطة. تستخدم مرحلة جمع البيانات التحليل الكمي مع التحليل الإحصائي من خلال اختبار الصلاحية واختبار الموثوقية واختبار الافتراض الكلاسيكي واختبار الانحدار الخطي المتعدد واختبار T واختبار F واختبار معامل التحديد.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن (١) التوقعات تظهر تأثيرًا إيجابيًا وهامًا على رضا العملاء ، (٢) نية الشراء تظهر تأثيرًا إيجابيًا وهامًا على رضا العملاء ، (٣) تظهر كلمة الفم تأثيرًا إيجابيًا وهامًا على العميل الرضا ، (٤) يظهر السعر تأثيرًا إيجابيًا وهامًا على رضا العملاء ، (٥) التوقعات ، إعادة الشراء الفائدة ، الحديث الشفهي والسعر معًا أو معًا تأثير إيجابي وهام على رضا العملاء.

الكلمات الرئيسية: التوقعات ، السعر ، رضا العملاء ، فائدة إعادة الشراء ، كلام شفهي