

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat HeehJek Nganjuk

Seperti yang telah dijelaskan dibagian awal, HeehJek yang diprakarsai oleh Harun Musa Ishaq dan kawan-kawan yang telah resmi diluncurkan pada Februari 2018 dimana lokasinya sekarang berada di Jl. Citandui, Gedung Konco Lt.2, Perum Kampung Al-Kausar Blok E-10, Mangundikaran, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. Bermula dari kosakata kearifan lokal, “Heeh” adalah kosakata khas dari Kabupaten Nganjuk. “Heeh” yang berarti “iya” dalam Bahasa Indonesia, hanya bisa didengar dari orang asli Kabupaten Nganjuk. Sehingga pemilihan nama Heehjek dijadikan *platform* oleh para pendiri yang tergabung dalam komunitas Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) tersebut.

Terciptanya HeehJek didasari dengan beberapa alasan. Pertama, Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) ingin menunjukkan kota Nganjuk dengan adanya transportasi online. Kedua, Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) ingin menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat kota Nganjuk. Ketiga, Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) ingin meningkatkan perekonomian masyarakat di kota Nganjuk.

Aplikasi Ojek Online HeehJek dikembangkan seiring meningkatnya potensi usaha ojek online di Kabupaten Nganjuk. Potensi

ojek online di Indonesia seakan tidak ada habisnya, berbagai perusahaan berlomba menghadirkan layanan ojek online didaerahnya masing-masing. Perusahaan ojek online di Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu diantara sekian banyak usaha ojek online lokal yang kini berkembang pesat dengan berbagai banyak mitra tergabung diantaranya mitra *driver* yang berjumlah 32 orang, mobil 40 orang, dan kedai mitra sebanyak 457. Hadir dengan nama HeehJek Nganjuk, ojek online yang berbasis di Kota Angin ini menghadirkan layanan ojek online dengan nuansa lokal yang terdiri dari enam jenis layanan diantaranya Ngojek, Numpak Mobil, Ngrim Barang, Njajan, E-Tilang, Belonjo, dan Ngladeni seperti gambar dibawah ini :

Gambar 4.1

Jenis Layanan HeehJek



Sumber: HeehJek Nganjuk

2. Visi-Misi HeehJek Nganjuk

HeehJek menetapkan suatu visi dalam proses pendirian dan pengembangannya, yaitu membantu memperbaiki perekonomian Kabupaten Nganjuk dan mempermudah masyarakat dalam memenuhi

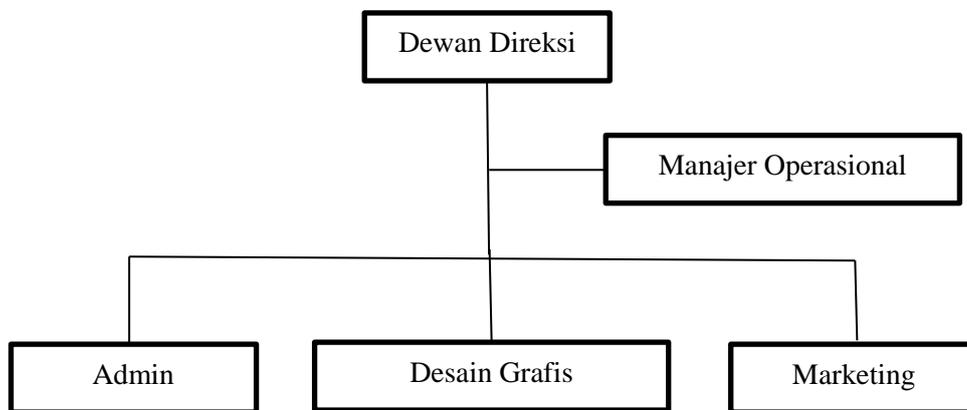
mobilitas. Dalam melaksanakan visi tersebut, HeehJek Nganjuk juga menetapkan misi sebagai berikut:

- a. Menjadikan HeehJek Nganjuk sebagai jasa transportasi lokal yang dapat melayani kebutuhan masyarakat
- b. Menjadikan HeehJek Nganjuk sebagai jasa transportasi lokal yang bisa memajukan perekonomian masyarakat khususnya Kabupaten Nganjuk
- c. Memberikan layanan yang baik atau pelayanan prima dan solusi yang menjadi nilai tambah kepada pelanggan.

3. Struktur Organisasi HeehJek Nganjuk

Gambar 4.2

Struktur Organisasi HeehJek



Sumber: HeehJek Nganjuk

4. Pengelola HeehJek Nganjuk

Dalam proses pelaksanaan usahanya, pengelola usaha dari HeehJek Nganjuk dipimpin oleh seorang kepala Dewan Direksi, dan dibantu oleh Manajer Operasional serta seorang Admin, dan dibawahnya terdapat Desain Grafis dan Marketing. Tepatnya sebagaimana berikut:

Tabel 4.2
Pengelola HeehJek Nganjuk

No.	Nama	Jabatan
1.	Harun Musa Ishaq	Dewan Direksi
2.	Sunyoto	
3.	Komaudin	
4.	Gogot Setiyono	
5.	Asep Sutia	
6.	Dwi Puwanto	
7.	Gogot Setiyono	Manajer Operasional
8.	Ani Nur Hidayah	Admin
9.	Irkham Syahrul Rozikin	Desain Grafis
10.	Agus Puernomo	Marketing
11	Yusuf	

Sumber: HeehJek Nganjuk

5. Kelebihan HeehJek Nganjuk

Ada 9 kelebihan dari HeehJek Nganjuk antara lain:

a. Ojek online terpercaya di Nganjuk

HeehJek merupakan penyedia layanan ojek online di Nganjuk yang bermitra dengan para pengendara ojek dan taxi lokal untuk memberikan layanan ojek online aman dan terpercaya untuk membantu keseharian pelanggan.

b. Tarif Terjangkau dan Transparan

HeehJek memberikan tarif terjangkau dan transparan. Tarif akan langsung terlihat sebelum konfirmasi pemesanan tanpa ada biaya tersembunyi.

c. Proses Pemesanan Mudah

Pemesanan dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi android yang *user friendly*. Langsung dari smartphome android.

d. Beragam layanan dalam satu aplikasi

Jasa ojek online, taxi online, kurir, pesan barang/makanan hingga sewa kendaraan semua daam satu aplikasi android.

e. Bisa memantau posisi driver

Pantau posisi driver ojek online di peta langsung dari aplikasi android HeehJek.

f. Kirim saran untuk driver

Berikan saran dan rating pada driver HeehJek untuk peningkatan layanan yang lebih baik dari waktu ke waktu.

g. Size aplikasi kecil

Size aplikasi yang kurang dari 10 Mb. Download ataupun update aplikasi HeehJek tanpa takut boros kuota internet.

6. Kabupaten Nganjuk

Kabupaten Nganjuk merupakan kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro di utara, Kabupaten Jombang di timur, Kabupaten Kediri dan Kabupaten Ponorogo di selatan, serta Kabupaten Madiun di barat. Kabupaten Nganjuk terbagi menjadi 20 kecamatan dan 284 desa/kelurahan. Kabupaten Nganjuk terbagi menjadi 20 kecamatan dan 284 desa/kelurahan. Sebagian besar kecamatan berada pada dataran rendah dengan ketinggian antara 46 sampai dengan 95 meter diatas permukaan

laut. Sedangkan 4 kecamatan yang berada pada daerah pegunungan terletak pada ketinggian 150 sampai dengan 750 meter diatas permukaan laut. Daerah tertinggi yaitu desa Ngliman di Kecamatan Sawahan.

Nganjuk dulunya bernama Anjuk Ladang yang dalam bahasa Jawa Kuno brarti Tanah Kemenangan. dibangun pada tahun 859 Caka atau 937 Masehi. Berdasarkan peta Jawa Tengah dan Jawa Timur pada permulaan tahun 1811 diperoleh gambaran yang agak jelas tentang daerah Nganjuk. Apabila peta tersebut dicermati, daerah Nganjuk terbagi dalam 4 daerah yaitu Berbek, Godean, Nganjuk dan Kertosono. Daerah tersebut merupakan daerah yang dikuasai Belanda dan kasultanan Yogyakarta, sedangkan daerah Nganjuk merupakan mancanegara kasunanan Surakarta.

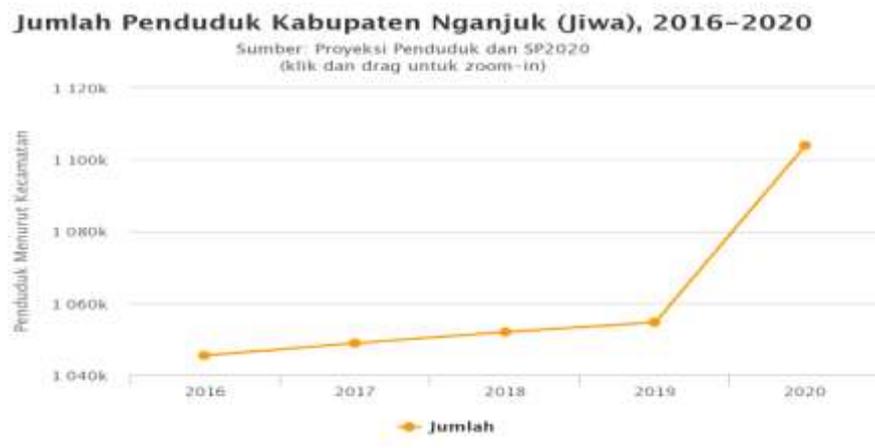
Sejak adanya perjanjian Sepreh 1830, atau tepatnya tanggal 4 Juli 1830, maka semua kabupaten di Nganjuk (Berebek, Kertosono dan Nganjuk) tunduk dibawah kekuasaan dan pengawasan Nederlandsch Gouvernement. Alur sejarah kabupaten Nganjuk adalah berangkat dari keberadaan kabupaten Berbek dibawah kepemimpinan Raden Toemenggoeng Sosrokoesoemo 1. Dimana tahun 1880 adalah tahun suatu kejadian yang diperingati yaitu mulainya kedudukan ibukota Kabupaten Berbek pindah ke Kabupaten Nganjuk.

Dalam Statsblad van Nederlansch Indie No. 107, dikeluarkan tanggal 4 Juni 1885, memuat SK Gubernur Jendral dari Nederlandsch Indie tanggal 30 Mei 1885 No 4/C tentang batas-batas Ibukota Toeloeng Ahoeng, Trenggalaek, Ngandjoek dan Kertosono antara lain disebutkan :

III tothoafdplaats Ngandjoek, afdeling Berbek, de navalgende Wijken en kampongs : de kampoeng Mangoendikaran de kampoeng Pajaman de kampoeng Kaoeman. Dengan ditetapkannya Kota Nganjuk yang meliputi kampung dan desa sedangkan yang menjadi ibukota adalah Kabupaten Nganjuk. Maka secara resmi pusat pemerintahan Kabupaten Berbek berkedudukan di Nganjuk.

Nganjuk juga dikenal dengan julukan Kota Angin. Dengan wilayah yang terletak di dataran rendah dan pegunungan, Kabupaten Nganjuk memiliki kondisi dan struktur tanah yang cukup produktif untuk berbagai jenis tanaman, baik pertumbuhan ekonomi dibidang pertanian. Wilayah Kabupaten Nganjuk memiliki kondisi dan struktur tanah yang cukup produktif untuk berbagai jenis tanaman. Kondisi dan struktur tanah yang produktif ini sekaligus ditunjang penyediaan air Kali Widas yang mengalir sepanjang 91 km dan mengairi daerah seluas 430.150 km² dengan debit air 16.050 M³/detik.⁵⁶ Sedangkan untuk jumlah penduduk di Kabupaten Nganjuk menurut Badan Pusat Statistik Kota Nganjuk tahun 2016-2020 sebagai berikut:

⁵⁶ <https://www.tribunnewswiki.com/2019/09/10/kabupaten-nganjuk> diakses 30 Juni 2021 pukul 19.00.

Gambar 4.3**Jumlah Penduduk Kabupaten Nganjuk**

Sumber: BPS Nganjuk

B. Deskripsi Responden

Data responden yang diperoleh dapat digunakan untuk menggambarkan keadaan responden dan juga sebagai tambahan informasi mengenai karakteristik responden yang diambil sebagai sampel pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

1. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.3**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-laki	26	26%

Perempuan	74	74%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang diambil menunjukkan yang paling banyak adalah responden perempuan dengan jumlah 74 orang atau 74%. Sedangkan responden laki-laki berjumlah 26 orang atau 26%. Berdasarkan jumlah presentase tersebut, dapat diketahui bahwa pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk berjenis kelamin perempuan lebih besar dari pada pelanggan HeehJek berjenis kelamin laki-laki.

2. Umur Responden

Data mengenai umur responden pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.4

Umur Responden

Umur Responden	Jumlah	Persen (%)
<20 Tahun	12	12%
20 sd 30 Tahun	58	58%
30 sd 40 Tahun	25	25%
>40 Tahun	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel diatas, memperlihatkan bahwa jumlah responden yang paling banyak ada pada rentan usia 20 sd 30 tahun dengan jumlah 58 orang atau 58%. Diikuti dengan responden yang berumur 30 sd 40 tahun dengan jumlah 25 orang atau 25%, lalu responden berumur <20 tahun dengan jumlah 12 orang atau 12% dan selanjutnya diikuti responden yang berumur

>40 tahun dengan jumlah 5 orang atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk sebagian besar masih dikisaran umur 20 sd 30 tahun.

3. Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.5

Jenis Pekerjaan Responden

No	Umur Responden	Jumlah	Persen (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	21	21%
2	PNS	5	5%
3	Pegawai Swasta	19	19%
4	Wiraswasta	22	22%
5	Ibu Rumah Tangga	21	21%
6	Lain-lain	12	12%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel diatas, memperlihatkan bahwa jumlah responden paling banyak ada pada jenis pekerjaan wiraswasta yang berjumlah 22 orang atau 22%, diikuti pelajar/mahasiswa yang berjumlah 21 orang atau 21%, lalu, pada responden ibu rumah tangga yang berjumlah 21 orang atau 21%, selanjutnya, pegawai swasta yang berjumlah 19 orang atau 19%, setelah itu, lain-lain yang berjumlah 12 orang atau 12%, dan terakhir pada PNS yang berjumlah 5 orang atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk sebagian besar bekerja sebagai wiraswasta.

4. Penghasilan Responden

Data mengenai penghasilan responden pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.6

Penghasilan Responden

No	Penghasilan Responden	Jumlah	Persen (%)
1	<2 Juta	85	85%
2	2 sd 4 Juta	7	7%
3	4 sd 6 Juta	6	6%
4	>6 Juta	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel diatas, memperlihatkan bahwa jumlah responden yang paling banyak ada pada penghasilan <2 juta dengan jumlah 85 orang atau 85%. Diikuti dengan responden yang berpenghasilan 2 sd 4 juta dengan jumlah 7 orang atau 7%, lalu responden yang berpenghasilan 4 sd 6 juta dengan jumlah 6 orang atau 6% dan selanjutnya terakhir pada responden yang berpenghasilan >6 juta dengan jumlah 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HeehJek di Kabupaten Nganjuk sebagian besar berpenghasilan <2 juta.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan 4 variabel independen (bebas), yakni harapan, minat beli ulang, *word of mouth* dan harga. Sedangkan, kepuasan pelanggan dijadikan sebagai variabel dependennya (terikat). Dengan

pengembangan kelima variabel tersebut, maka disusunlah angket penelitian yang diberikan kepada para responden, dimana angket tersebut terdiri dari 25 pernyataan yang terbagi ke dalam 5 kategori, yakni :

- 1) 5 pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh harapan (X1)
- 2) 5 pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh minat beli ulang (X2)
- 3) 5 pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh *word of mouth* (X3)
- 4) 5 pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh harga (X4)
- 5) 5 Pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diterima dari kepuasan pelanggan (Y).

Hasil data kuesioner yang diperoleh, diketahui tanggapan responden sebagai berikut:

Tabel 4.7

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Harapan (X1)

Item	Skor Jawaban									
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	14	14	73	73	10	10	3	3	0	0
X1.2	20	20	71	71	8	8	1	1	0	0
X1.3	15	15	59	59	19	19	7	7	0	0
X1.4	19	19	76	76	4	4	1	1	0	0
X1.5	25	25	70	70	4	4	1	1	0	0

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel harapan dari 100 responden menyatakan pada item (X1.1) yaitu sebanyak 14 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 73 responden memilih S (Setuju), 10 responden memilih KS (Kurang Setuju), 3 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X1.2) yaitu sebanyak 20 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 71 responden memilih S (Setuju), 8 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X1.3) yaitu sebanyak 15 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 59 responden memilih S (Setuju), 19 responden memilih KS (Kurang Setuju), 7 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X1.4) yaitu sebanyak 19 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 76 responden memilih S (Setuju), 4 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X1.5) yaitu sebanyak 25 orang yang memilih SS (Sangat Setuju), 70 orang memilih S (Setuju), 4 orang memilih KS (Kurang Setuju), 1 orang memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban S “Setuju” terhadap harapan mereka atas jasa ojek online HeehJek di Nganjuk.

Tabel 4.8**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Minat Beli Ulang (X2)**

Item	Skor Jawaban									
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	28	28	62	62	8	8	2	2	0	0
X2.2	29	29	60	60	11	11	0	0	0	0
X2.3	18	18	56	56	25	25	1	1	0	0
X2.4	21	21	49	49	24	24	6	6	0	0
X2.5	14	14	49	49	29	29	7	7	1	1

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel minat beli ulang dari 100 responden menyatakan pada item (X2.1) yaitu sebanyak 28 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 62 responden memilih S (Setuju), 8 responden memilih KS (Kurang Setuju), 2 orang memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X2.2) yaitu sebanyak 29 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 60 responden memilih S (Setuju), 11 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X2.3) yaitu sebanyak 18 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 56 responden memilih S (Setuju), 25 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X2.4) yaitu sebanyak 21 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 49 responden memilih S (Setuju), 24 responden memilih KS

(Kurang Setuju), 6 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X2.5) yaitu sebanyak 14 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 49 responden memilih S (Setuju), 29 responden memilih KS (Kurang Setuju), 7 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan 1 responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban S “Setuju” terhadap minat beli ulang mereka dengan jasa ojek online HeehJek di Nganjuk.

Tabel 4.9

Frekuensi Jawaban Angket Variabel *Word Of Mouth* (X3)

Item	Skor Jawaban									
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	19	19	52	52	22	22	6	6	1	1
X3.2	10	10	60	60	27	27	3	3	0	0
X3.3	19	19	53	53	24	24	3	3	1	1
X3.4	29	29	60	60	10	10	1	1	0	0
X3.5	18	18	61	61	20	20	1	1	0	0

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* dari 100 responden menyatakan pada item (X3.1) yaitu sebanyak 19 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 52 responden memilih S (Setuju), 22 responden memilih KS (Kurang Setuju), 6 orang memilih TS (Tidak Setuju), dan 1 responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X3.2) yaitu sebanyak 10 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 60 responden memilih S (Setuju), 27 responden memilih KS

(Kurang Setuju), 3 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X3.3) yaitu sebanyak 19 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 53 responden memilih S (Setuju), 24 responden memilih KS (Kurang Setuju), 3 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan 1 responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X3.4) yaitu sebanyak 29 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 60 responden memilih S (Setuju), 10 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X3.5) yaitu sebanyak 18 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 61 responden memilih S (Setuju), 20 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban S “Setuju” terhadap *word of mouth* mereka dengan jasa ojek online HeehJek di Nganjuk.

Tabel 4.10

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Harga (X4)

Item	Skor Jawaban									
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X4.1	17	17	76	76	4	4	2	2	1	1
X4.2	32	32	57	57	9	9	2	2	0	0
X4.3	29	29	57	57	10	10	4	4	0	0
X4.4	21	21	58	58	18	18	3	3	0	0

X4.5	25	25	68	68	6	6	1	1	0	0
------	----	----	----	----	---	---	---	---	---	---

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel harga dari 100 responden menyatakan pada item (X4.1) yaitu sebanyak 17 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 76 responden memilih S (Setuju), 4 responden memilih KS (Kurang Setuju), 2 orang memilih TS (Tidak Setuju), dan 1 responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X4.2) yaitu sebanyak 32 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 57 responden memilih S (Setuju), 9 responden memilih KS (Kurang Setuju), 2 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X4.3) yaitu sebanyak 29 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 57 responden memilih S (Setuju), 10 responden memilih KS (Kurang Setuju), 4 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X4.4) yaitu sebanyak 21 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 58 responden memilih S (Setuju), 18 responden memilih KS (Kurang Setuju), 3 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (X4.5) yaitu sebanyak 25 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 68 responden memilih S (Setuju), 6 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban

S “Setuju” terhadap harga yang diberikan jasa ojek online HeehJek di Nganjuk.

Tabel 4.11

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	Skor Jawaban									
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	21	21	51	51	23	23	5	5	0	0
Y.2	21	21	69	69	9	9	1	1	0	0
Y.3	21	21	59	59	20	20	0	0	0	0
Y.4	27	27	64	64	8	8	1	1	0	0
Y.5	30	30	66	66	4	4	0	0	0	0

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dari 100 responden menyatakan pada item (Y.1) yaitu sebanyak 21 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 51 responden memilih S (Setuju), 23 responden memilih KS (Kurang Setuju), 5 orang memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (Y.2) yaitu sebanyak 21 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 69 responden memilih S (Setuju), 9 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (Y.3) yaitu sebanyak 21 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 59 responden memilih S (Setuju), 20 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (Y.4) yaitu sebanyak 27 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 64 responden memilih S (Setuju), 8 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Pada item (Y.5) yaitu sebanyak 30 responden yang memilih SS (Sangat Setuju), 66 responden memilih S (Setuju), 4 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden memilih TS (Tidak Setuju), dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban S “Setuju” terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh jasa ojek online HeehJek di Nganjuk.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran. Dalam pengujian instrument pengumpulan data, validitas dibedakan menjadi faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor. Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor ukuran dengan skor total faktor, sedangkan pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item.

Validitas dari setiap indikator dilihat dari nilai r_{tabel} dengan cara *degree of freedom* (df) yaitu $n - 2$, merupakan jumlah sampel. Maka df diperoleh 98 ($df = 100 - 2$) dengan taraf signifikansi 5%, maka r_{tabel} dari 98 adalah 0,1966. Dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan item pernyataan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$. Berdasarkan uji validitas menggunakan *software SPSS 21* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel Harapan (X1)

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,669	0,196	Valid
X1.2	0,572	0,196	Valid
X1.3	0,756	0,196	Valid
X1.4	0,541	0,196	Valid
X1.5	0,568	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel validitas untuk variabel harapan (X1), diketahui r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Sehingga disimpulkan bahwa seluruh indikator harapan (X1) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid, karena nilai masing – masing indikator yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (X2)

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0,709	0,196	Valid
X2.2	0,594	0,196	Valid
X2.3	0,650	0,196	Valid
X2.4	0,705	0,196	Valid

X2.5	0,730	0,196	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel validitas untuk variabel minat beli ulang (X2), diketahui r_{hitung} lebih besar dari nilai $< r_{tabel}$. Sehingga disimpulkan bahwa seluruh indikator minat beli ulang (X2) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid, karena nilai masing – masing indikator yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Variabel *Word of Mouth* (X3)

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0,740	0,196	Valid
X3.2	0,718	0,196	Valid
X3.3	0,723	0,196	Valid
X3.4	0,597	0,196	Valid
X3.5	0,727	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel validitas untuk variabel *word of mouth* (X3), diketahui r_{hitung} lebih besar dari nilai $< r_{tabel}$. Sehingga disimpulkan bahwa seluruh indikator *word of mouth* (X3) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid, karena nilai masing – masing indikator yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.15

Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X4)

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X4.1	0,542	0,196	Valid
X4.2	0,633	0,196	Valid
X4.3	0,634	0,196	Valid
X4.4	0,631	0,196	Valid

X4.5	0,710	0,196	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel validitas untuk variabel harga (X4), diketahui r_{hitung} lebih besar dari nilai $< r_{tabel}$. Sehingga disimpulkan bahwa seluruh indikator harga (X4) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid, karena nilai masing – masing indikator yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.16

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y.1	0,734	0,196	Valid
Y.2	0,661	0,196	Valid
Y.3	0,712	0,196	Valid
Y.4	0,723	0,196	Valid
Y.5	0,678	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel validitas untuk variabel kepuasan pelanggan (Y), diketahui r_{hitung} lebih besar dari nilai $< r_{tabel}$. Sehingga disimpulkan bahwa seluruh indikator kepuasan pelanggan (Y) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid, karena nilai masing – masing indikator yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dari instrumen variabel harapan (X1), minat beli ulang (X2), *word of mouth* (X3), harga (X4), dan kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid, karena telah memenuhi persyaratan uji validitas $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data. Alat ukur dikatakan reliabel jika dapat menghasilkan hasil yang konsisten meski dilakukan pengukuran secara berulang. Dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Hasil uji reliabilitas dari variabel penelitian yaitu variabel harapan, minat beli ulang, *word of mouth*, harga dan kepuasan pelanggan yaitu:

Tabel 4.17

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	<i>Conbach's Alpha</i>	Keterangan
Harapan (X1)	0,611	Reliabel
Minat Beli Ulang (X2)	0,704	Reliabel
<i>Word of Mouth</i> (X3)	0,739	Reliabel
Harga (X4)	0,612	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,736	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel hasil pengujian reliabilitas diketahui nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Maka menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian yang digunakan pada variabel independen (harapan, minat beli ulang, *word of mouth*, harga), dan variabel dependen (kepuasan pelanggan) dikatakan handal dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Karena telah memenuhi syarat uji reliabilitas.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* sesi uji normalitas, dimana hasil uji tersebut didukung dengan hasil kurva *Normal P-P Plot*. Mengenai jenis pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*, hasil uji normalitas yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
	Unstandadized Residual
Asymp Sig. (2-tailed)	,818

Sumber: Data primer diolah, 2021

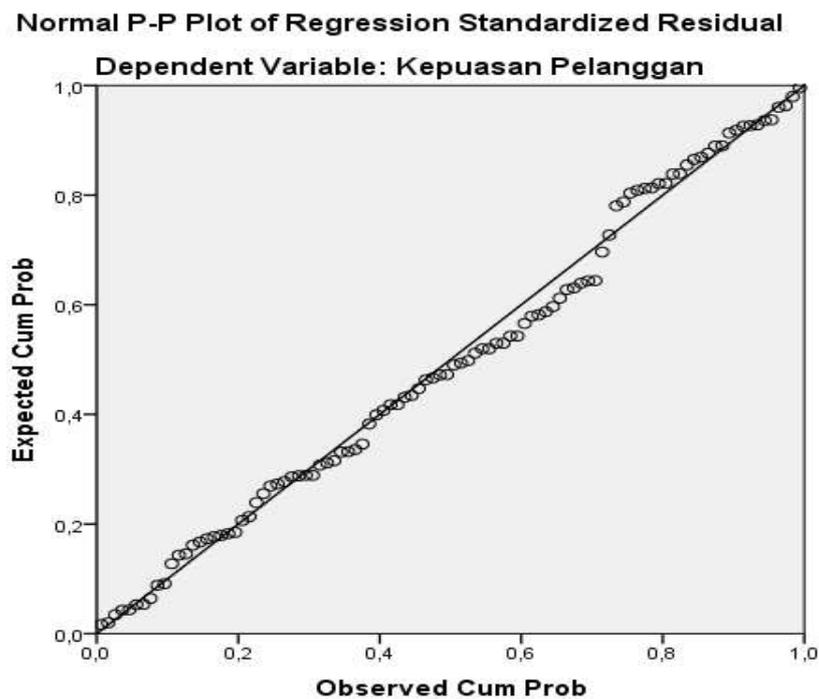
Berdasarkan tabel yang didapat dari output SPSS melalui metode *Kolmogorov-Smirnov* diatas, dapat disimpulkan jika data tersebut berdistribusi normal. Nilai *Asymp. Sig. 2 Tailed* (Nilai Signifikansi) yang sebesar 0,818 merupakan penanda dari kesimpulan tersebut, karena nilai tersebut lebih besar apabila dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikansi 5%). Hal ini didasari atas ketentuan output uji normalitas dari metode *Kolmogorov-Smirnov* berikut ini:

- 1) Apabila nilai Sig. (Signifikansi) atau nilai probabilitas $> 0,05$, maka distribusi data dianggap normal.

- 2) Apabila nilai Sig. (Signifikansi) atau nilai probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data dianggap tidak normal.

Gambar 4.4

Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Data primer diolah, 2021

Selain itu, hasil dari metode *Kolmogorov-Smirnov* diatas juga didukung oleh hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Normal P-P Plot. Kurva P-P Plot pada gambar diatas memperlihatkan distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal sekaligus mengikuti garis diagonal tersebut secara searah. Dengan begitu, data pada seluruh variabel penelitian ini dinyatakan bersifat normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidak hubungan linear antara variabel independen. Pengambilan keputusan uji multikolinearitas yaitu *nilai tolerance* > 0,1 atau nilai *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan jika *nilai tolerance* < 0,1 atau nilai *VIF* > 10 maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan *Software SPSS 21* sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a		
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harapan	,780	1,282
Minat Beli Ulang	,768	1,303
<i>Word of Mouth</i>	,932	1,073
Harga	,836	1,196

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan uji multikolinearitas menunjukkan bahwa pada variabel harapan diperoleh *nilai tolerance* sebesar 0,780 dan VIF sebesar 1,282, variabel minat beli ulang *nilai tolerance* sebesar 0,768 dan VIF sebesar 1,303, variabel *word of mouth* *nilai tolerance* sebesar 0,932 dan VIF sebesar 1,073, dan harga *nilai tolerance* sebesar 0,836

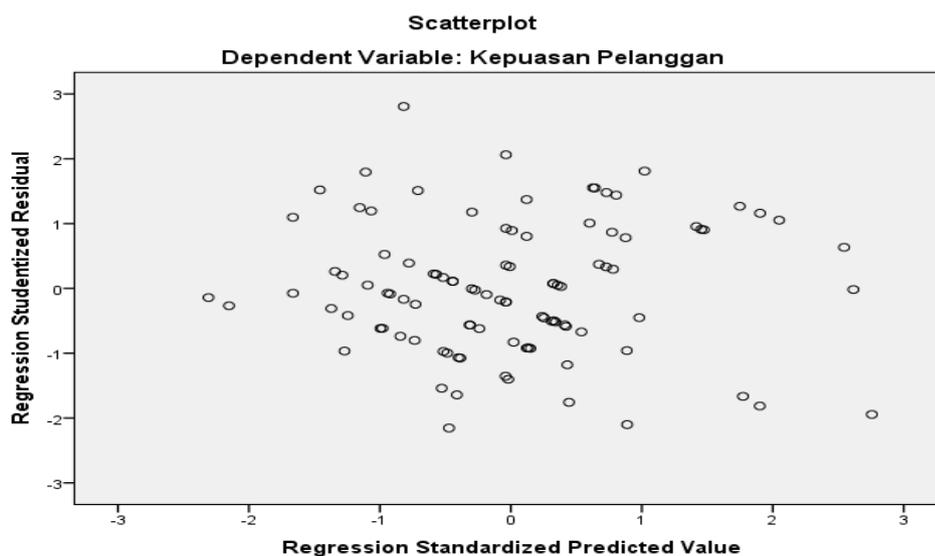
dan VIF sebesar 1,196. Maka disimpulkan pada uji multikolinearitas tidak terjadi gejala multikolinearitas berarti telah memenuhi uji persyaratan, karena seluruh variabel independen *nilai tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai dari residual satu penelitian ke penelitian lainnya. Jika pada *scatterplot* terdapat titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang jelas, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang diolah dengan menggunakan *Software SPSS 21* sebagai berikut:

Gambar 4.5

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan grafik *scatterplot* pada gambar 4.3 menunjukkan keberadaan titik-titik yang menyebar dan tidak teratur, titik-titik berada dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, selain itu tidak membentuk pola. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dan telah memenuhi uji prasyarat.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh variabel-variabel independen harapan, minat beli ulang, *word of mouth*, dan harga terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Hasil uji regresi linear berganda yang diolah menggunakan *software SPSS 21* sebagai berikut:

Tabel 4.20

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a	
Model	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	1,585
Harapan (X1)	,218
Minat Beli Ulang (X2)	,240
<i>Word of Mouth</i> (X3)	,200
Harga (X4)	,281

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.20 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1,585 + 0,218 X_1 + 0,240 X_2 + 0,200 X_3 + 0,281 X_4 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta (α) 1,585

Nilai konstanta pada tabel *coefficient* sebesar 1,585 menunjukkan bahwa ketika variabel harapan, minat beli ulang, *word of mouth* dan harga dalam keadaan konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat 1,585.

b. Koefisien regresi variabel harapan 0,218

Ketika variabel harapan mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,218. Tanda (+) pada koefisien regresi 0,218 menunjukkan bahwa variabel harapan terhadap kepuasan pelanggan adalah berhubungan positif.

c. Koefisien regresi variabel minat beli ulang 0,240

Ketika variabel minat beli ulang mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,240. Tanda (+) pada koefisien regresi 0,240 menunjukkan bahwa variabel minat beli ulang terhadap kepuasan pelanggan adalah berhubungan positif.

d. Koefisien regresi variabel *word of mouth* 0,200

Ketika variabel *word of mouth* mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,200. Tanda (+) pada koefisien regresi 0,200 menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan adalah berhubungan positif.

e. Koefisien regresi variabel harga 0,281

Ketika variabel harga mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,281. Tanda (+) pada koefisien regresi 0,281 menunjukkan bahwa variabel harga terhadap kepuasan pelanggan adalah berhubungan positif.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan pengambilan keputusan Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi nilai $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi nilai $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Selanjutnya, nilai t_{tabel} diperoleh dari t tabel dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% menggunakan rumus $t_{tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1)$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Diperoleh $t_{tabel} = (0,05/2 ; 100 - 4 - 1 = 0,025 ; 95)$, maka t_{tabel} dari (0,025 ; 95) yaitu 1.985. Hasil uji SPSS 21 yaitu:

Tabel 4.21**Hasil Uji T**

Variabel	t Hitung	T Tabel	Sig.
Harapan	2,043	1.985	0,044
Minat Beli Ulang	2,904	1.985	0,005
Word of Mouth	2,743	1.985	0,007
Harga	3,010	1.985	0,003

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.21 untuk menguji hipotesis penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Variabel Harapan

Berdasarkan output *SPSS 21* pada tabel diatas, diketahui T hitung sebesar 2,043 dan T tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel ($2,043 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,044 < 0,05$, maka menolak H_0 . Nilai T positif menunjukkan bahwa harapan (X1) mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk (Y). Jadi, dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel harapan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

2) Variabel Minat Beli Ulang

Berdasarkan output *SPSS 21* pada tabel diatas, diketahui T hitung sebesar 2,904 dan T tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel ($2,904 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, maka menolak H_0 . Nilai T positif menunjukkan bahwa minat beli ulang (X2) mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk (Y). Jadi, dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel minat beli ulang (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

3) Variabel *Word of Mouth*

Berdasarkan output *SPSS 21* pada tabel diatas, diketahui T hitung sebesar 2,743 dan T tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel ($2,743 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$, maka menolak H_0 . Nilai T positif menunjukkan bahwa *word of mouth* (X3) mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk (Y). Jadi, dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel *word of*

mouth (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

4) Variabel Harga

Berdasarkan output *SPSS 21* pada tabel diatas, diketahui T hitung sebesar 3,010 dan T tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel ($3,010 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, maka menolak H_0 . Nilai T positif menunjukkan bahwa harga (X4) mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk (Y). Jadi, dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel harga (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

b. Uji F

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi hubungan simultan antara variabel independen (X1, X2, X3, X4) terhadap variabel dependen (Y). uji F didasarkan atas nilai signifikan sebesar 5%. Dengan pengambilan keputusan Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau probabilitasnya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau probabilitasnya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan dari hasil uji F dengan menggunakan *software SPSS 21* sebagai berikut:

Tabel 4.22

Hasil Uji F

f Hitung	f Tabel	Sig.
15,001	2,47	,000 ^b

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan output *SPSS 21* pada tabel 4.22 diatas diketahui F_{hitung} sebesar 15,001 dan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Sementara nilai F_{tabel} sebesar 2,47 (dari hasil perhitungan $df1 = k$ (k adalah jumlah variabel bebas) = 4 (berarti kolom ke 4) dan $df2 = n-k-1 = 100-4-1 = 95$ (berarti baris ke 95). Ini berarti bahwa $F_{hitung} 15,001 > F_{tabel} 2,47$ dan nilai signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$, maka menolak H_0 . Artinya secara simultan terdapat pengaruh antara variabel harapan (X1), minat beli ulang (X2), *word of mouth* (X3), dan harga (X4) terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. R^2 semakin kuat jika mendekati 1, sedangkan R^2 semakin lemah jika mendekati 0. Hasil koefisien determinasi antara harapan (X1), minat beli ulang (X2), *word of mouth* (X3), dan harga

(X4) terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online HeehJek di Kabupaten Nganjuk (Y) diolah menggunakan *software SPSS 21* yang dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.23

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R Square	Adjusted R Square
,387	,361

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari hasil output *SPSS 21* diatas, dapat diketahui bahwa nilai *R square* atau koefisien determinasi adalah 0,387 dan nilai Adjusted R Square adalah 0,361. Artinya variabel terikat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel bebas yang terdiri harapan, minat beli ulang, *word of mouth*, dan harga yaitu sebesar 0,387 atau 38,7%.