



JIMMBA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi

Homepage: <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

Pengaruh Word of Mouth, Service Quality dan Customers Experience Terhadap Keputusan Menggunakan Ulang (Studi pada Jasa Transportasi P.O Sinar Jaya di Kabupaten Kebumen)

Maulan Ibrahim, Dewi Noor Susanti

¹Universitas Putra Bangsa

²Univwesitas Putra Bangsa

Maulanibrahim18@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received: Ags 5st, 2021

Accepted: Ags 11st, 2021

Published: Ags11th, 2021

Keywords: Word of Mouth, Service Quality, Customers Experince, and decision to reuse

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Word of Mouth, Service Quality and Customers Experience on Decision to Reuse the P.O Sinar Jaya transportation services in Kebumen Regency. This research was conducted in Kebumen Regency with a sample of 100 people. The variables used in this study include word of mouth, service quality and customers experience as independent variables, for the dependent variable, namely the decision to reuse. The data obtained in this study are primary data, data obtained directly from direct respondents by distributing questionnaires to direct respondents. The non-probability sampling technique used in this study is purposive sampling technique, which is a technique for determining samples with certain considerations. The methods of analysis used in this study are validity tests, reliability tests, the analysis stage uses Multiple Linear Regression and hypothesis testing. With the help of the SPSS 25 for windows program. The results of this study indicate that the variables Word of Mouth, Service Quality and Customers Experience have a significant influence on the Reuse Decision of P.O Sinar Jaya Transportation Services in Kebumen Regency.

Pendahuluan

Pemasaran dapat diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud agar konsumen menggunakan produk dan setia kepada produk tersebut. Pemasaran berusaha menciptakan dan memproduksi baik berupa menjual sebuah jasa ataupun menjual suatu produk, hal tersebut produsen ciptakan guna untuk memenuhi hajat orang banyak berupa kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan akan setiap hajat manusia sangatlah majemuk, mulai dari kebutuhan sarana transportasi untuk mengantarkan ketempat mereka tujuan. Pemenuhan akan kebutuhan transportasi merupakan hal yang penting bagi setiap penggunanya, hal tersebut diaskrenakan saat ini transportasi digunakan masyarakat tidak hanya untuk wisata tapi lebih banyak digunakan untuk pergi bekerja.

Karena adanya kebutuhan masyarakat yang tinggi akan transportasi hal tersebut memunculkan banyaknya kemunculan penyedia jasa transportasi yang juga menyediakan pelayanan pelayanan jasa tersebut. Rute perjalanan yang mereka sediakan yaitu antar kota , antar provinsi, hal tersebut mereka sediakan sebagai respon akan kebutuhan setaip perjalanan konsumen yang berbeda. Banyak kemunculan penyedia jasa transportasi yang sampai saat ini nmasih exis yaitu salah satunya P.O Sinar Jaya yang hadir umtuk memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi masyarakat.

Kebutuhan akan sarana transportasi saat ini semakin dicari dan dibutuhkan oleh banyak orang, hal tersebut terbukti dengan banyaknya para pengguna alat transportasi yang setiap harinya padat dan ramai digunakan. Bahkan mulai dari

anak kecil usia dasar, remaja aktif, para pekerja, hingga para lanjut usia sudah mulai mencari dan menggunakan jasa transportasi. Sarana transportasi yang berkembang di Indonesia sangatlah beraneka ragam mulai dari transportasi dengan kapasitas kecil, hingga sarana transportasi yang dapat mengangkut banyak penumpang yang biasa disebut dengan sarana transportasi massal.

Sarana transportasi mengalami perkembangan yang pesat mulai dari sarana transportasi udara, darat, dan laut. Perkembangan jasa transportasi tersebut tidak lain yaitu untuk memberikan sebuah pemenuhan akan kebutuhan para konsumen sehingga nantinya para konsumen akan puas dan tetap menggunakan transportasi tersebut. Perkembangan transportasi darat mengalami banyak peningkatan, salah satunya yaitu pada transportasi pada bus. Transportasi bus banyak mengalami kenaikan jumlah bus yang memberikan jasa antar jemput dan tour. Bahkan saat ini transportasi bus memiliki beberapa kelas yaitu kelas ekonomi (bintang 4) dan kelas eksekutif (bintang 5).

Hadirnya Jasa Transportasi P.O Sinar Jaya merupakan sebagai wujud pemenuhan kebutuhan akan tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi . Untuk memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi Perusahaan Jasa Transportasi P.O Sinar Jaya di Kabupaten Kebumen berkomitmen untuk memberikan sebuah pelayanan yang berkualitas dan memberikan pengalaman perjalanan yang aman dan nyaman. Berikut tabel dari perusahaan jasa yang paling sering digunakan dimasyarakat Kebumen ketika akan bepergian:

Tabel I P.O. Antar Kota Antar Provinsi (AKAP) Terbaik per 2016

No	Nama P.O.	Nilai (%)	Kategori
1.	Sinar Jaya	81,43%	bintang 5
2.	Murni Jaya	81,43%	bintang 5
3.	Damri	79,63%	bintang 5
4.	Maju lancar	79,53%	bintang 5

Sumber: Ayonaikbis.com

Berdasarkan tabel 1 Perusahaan otobus Sinar Jaya sebagai sarana transportasi bus AKAP terbaik dalam kurun waktu 3 tahun yang lalu, maka dari itu P.O Sinar Jaya terus meningkatkan pelayanannya. Mulai dari penambahan armada sampai tujuan perjalanan dan sampai pegawai- pegawai yang berkualitas. Selama ini sopir-sopir bus angkutan kota terkenal kasar, kebut-kebutan dan mengganggu ketertiban di jalan. Maka dari itu pentingnya pembenahan di segala sektor juga bermanfaat untuk tetap bersaing dengan pengusaha otobus lainnya. Hal ini di imbangi dengan pemmembuka trayek-trayek baru sarana transportasi, maka dari itu hingga saat ini para pengusaha transportasi tetap bersaing untuk menjalankan perusahaan.

Kajian Teori dan Telaah Literatur

1. Keputusan Menggunakan Ulang

Menurut Hiller, Philip, Geursen, Carr, and Rickard (2003) memberikan definisi keputusan menggunakan ulang yaitu hasrat atau keinginan yang timbul dalam diri konsumen untuk membeli produk atau jasa yang disukainya dan sebelumnya pernah membeli atau menggunakan berdasarkan hasil evaluasi atas kesesuaian kinerja produk atau jasa dengan harapan konsumen. Pada umumnya keputusan menggunakan kembali

terjadi karena seorang konsumen mendapatkan kebutuhan atas apa yang dibutuhkan, berupa informasi, kualitas produk atau jasa, serta baiknya pelayanan yang diberikan.

Indikator Keputusan Menggunakan Ulang

Menurut Ferdinand dalam (Yunisa, 2007) mengemukakan bahwa terdapat tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat menggunakan ulang yaitu :

1. *Minat Transaksional*
2. *Minat Referensial*
3. *Minat Preferensial*
4. *Minat Eksploratif*

2. Word of Mouth

Menurut Sumardy, Silviana, dan Melone (2011:63), *Word of Mouth* adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah merek agar konsumen membicarakan, mempromosikan, dan mau menjual merek tersebut kepada orang lain. Sedangkan menurut Sernovitz (2006:5), *Word of Mouth* adalah pembicaraan secara alami yang terjadi antara orang-orang.

Indikator Word of mouth

Indikator untuk mengukur *word of mouth* menurut Ronny dan Chie Jeffry Sunandar (2007), adalah sebagai berikut :

1. Membicarakan
2. Mempromosikan
3. Merekomendasikan

3. Service Quality

Parasuraman dalam Pujawan dalam Mauludin (2001:39) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik. Sedangkan menurut Gronroose et.al dalam Pujawan (2002) mendefinisikan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dari

perbandingan antara harapan konsumen atau pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan.

Indikator Service Quality

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2007), adalah sebagai berikut:

1. *Tangible*
2. *Reliability*
3. *Responsiveness*
4. *Empathy*
5. *Assurance*

4. Customers Experience

Menurut Walter at al. (2010:238), Pengalaman konsumen/ *customer experience* didefinisikan sebagai pengalaman yang didapatkan oleh konsumen baik itu secara langsung maupun tidak langsung mengenai proses pelayanan, perusahaan, fasilitas-fasilitas dan bagaimana cara seorang konsumen berinteraksi dengan perusahaan dan dengan konsumen lainnya. Sedangkan menurut Thompson dan Kolsky (2009, dalam Terblance, 2009) mendefinisikan pengalaman konsumen/ *customer experience* sebagai akumulasi dari semua kejadian yang disadari oleh konsumen.

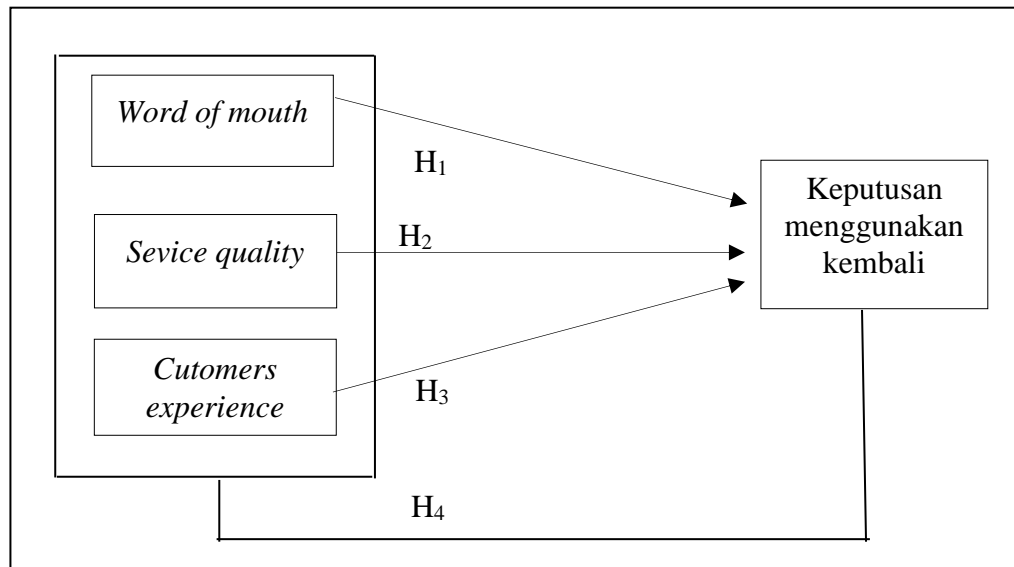
Indikator Customers Experience

Menurut Nilson dan Wall (2017), berpendapat bahwa indikator untuk mengukur *customer experience* meliputi:

1. Kemudahan menggunakan
2. Keamanan yang diberikan
3. Kuliatas pelayanan
4. Kelengkapan produk

Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis



Keterangan :

H1 = Pengaruh (X₁) terhadap (Y)

H2 = Pengaruh (X₂) terhadap (Y)

H3 = Pengaruh (X₃) terhadap (Y)

H4 = Pengaruh (X₁, X₂, dan X₃) terhadap (Y)

Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel keputusan menggunakan ulang, *word of mouth*, *service quality* dan *customers experience*. Keputusan menggunakan ulang sebagai variabel terikat (dependen), dan untuk variabel bebasnya (independen) yaitu *word of mouth*, *service quality* dan *customers experience*.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kebumen yang sudah pernah menggunakan jasa P.O Sinar jaya. Peneliti tidak dapat mengetahui secara jelas jumlah konsumen yang menggunakan jasa P.O Sinar jaya, oleh karena itu penelitian ini dilakukan secara sampling. Hal ini diharapkan agar hasil yang didapatkan dalam penelitian ini bisa lebih efektif serta sesuai dengan apa yang peneliti inginkan.

Teknik pengambilan sampel menurut Margono (2004), merupakan cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang *representatif*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik pengambilan sampel yang digunakan. Teknik sampling berdasarkan adanya randomisasi, yakni pengambilan subjek secara acak dari kumpulannya dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu sampling nonprobabilitas dan sampling probabilitas. Menurut Sugiyono (2001), untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat teknik sampling yang dapat digunakan yaitu *probability* dan *non probability*. *Probability sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2001). *Non probability sampling* salah satu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2001).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling non probability. Dimana jenis teknik sampling yang digunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:156). Pertimbangan tertentu yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Kebumen mereka yang sudah pernah menggunakan jasa transportasi P.O Sinar Jaya dengan usia 17 tahun keatas.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Berdasarkan data yang terkumpul sebanyak 100 responden, diperoleh informasi mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	61	61%
2	Perempuan	39	39%
3	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 61 orang atau 61%.

Responden perempuan sebanyak 39 orang atau 39%.

Tabel 3 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	17-24	60	60%
2	25-32	29	29%
3	33-40	9	9%
4	41-48	2	2%
5	>48	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa responden dengan usia 17-24 tahun sebanyak 60 orang atau 60%. Responden dengan usia 25-32 tahun sebanyak 29 orang atau 29%. Responden dengan usia 33-40 tahun sebanyak 9 orang atau 9%. Responden dengan usia 41-48 tahun sebanyak 2 orang atau 2%. Dan responden dengan usia >48 tidak ada.

Tabel 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Mahasiswa/Pelajar	27	27%
2	ASN/Swasta	10	10%
3	TNI/Polri	3	3%
4	Wiraswasta	27	27%
5	Lainnya	33	33%
	Jumlah	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021.

Berdasarkan 4 menunjukkan bahwa responden dengan karakteristik pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar berjumlah 27 orang atau 27%. Responden dengan pekerjaan sebagai ASN/Swasta berjumlah 10 orang atau 10%. Responden dengan pekerjaan sebagai TNI/POLRI berjumlah 3 orang atau 3%. Responden dengan karakteristik pekerjaan

wiraswasta berjumlah 27 orang atau 27%. Dan responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 33 orang atau 33%.

Tabel 5 Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	< Rp.1.000.000	39	39%
2	Rp.1.000.000 - Rp 2.000.000	23	23%
3	Rp. 2.000.000 – Rp 3.000.000	14	14%
4	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	9	9%
5	Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	8	8%
6	> Rp 5.000.000	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa responden dengan jumlah pendapatan < Rp.1.000.000 berjumlah 39 orang atau 39%. Responden dengan tingkat pendapatan Rp.1.000.000 - Rp 2.000.000 berjumlah 23 orang atau 23%. Responden dengan pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp 3.000.000 berjumlah 14 orang atau 14%. Responden dengan pendapatan Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000 berjumlah 9 orang atau 9%. Responden dengan tingkat pendapatan Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000 berjumlah 8 orang atau 8%. Dan responden dengan tingkat pendapatan > Rp 5.000.000 berjumlah 7 orang atau 7%.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, di mana untuk menentukan r_{tabel} dengan rumus $df = n-2.(100-2)$ di mana nilai $r_{tabel} = 0,1966$ sampel. Dengan *level of signifikan* 95%. Dasar pengambilan keputusan:

- a. apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) berarti item tersebut valid.
- b. apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) berarti item tersebut tidak valid.

Berikut hasil

Tabel 6 Output Uji Validitas Variabel *Word Of Mouth*

No	Butir Kuisisioner	R _{hitung}	R _{tabel}	Signifikansi	KET
1	X1.1	0,869	0,1966	0,000	VALID
2	X1.2	0,696	0,1966	0,000	VALID
3	X1.3	0,849	0,1966	0,000	VALID

Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 6 hasil uji validitas menunjukkan bahwa secara keseluruhan butir pertanyaan variabel *word off mouth* dapat digunakan karena memiliki r_{hitung} yang lebih tinggi dari r_{tabel} , dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,05$ sehingga dapat digunakan atau dikatakan **VALID**.

Tabel 7 Output Uji Validitas Variabel *Service Quality*

No	Butir Kuisisioner	R _{hitung}	R _{tabel}	Signifikansi	KET
1	X2.1	0,881	0,1966	0,000	VALID
2	X2.2	0,848	0,1966	0,000	VALID
3	X2.3	0,632	0,1966	0,000	VALID
4	X2.4	0,799	0,1966	0,000	VALID
5	X2.5	0,881	0,1966	0,000	VALID

Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 7 hasil output uji validitas untuk variabel *service quality* menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan atau valid. Hal tersebut dikarenakan r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$.

Tabel 8 Output Uji Validitas *Customer Experience*

No	Butir Kuisisioner	R _{hitung}	R _{tabel}	Signifikansi	KET
1	X3.1	0,726	0,1966	0,000	VALID
2	X3.2	0,811	0,1966	0,000	VALID
3	X3.3	0,835	0,1966	0,000	VALID
4	X3.4	0,785	0,1966	0,000	VALID

Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 8 Output uji validitas untuk variabel *customer experience* secara keseluruhan mulai dari X3.1, X3.2, X3.3, x3.4, dapat digunakan atau valid. Hal tersebut berdasarkan r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari r_{tabel} dengan tingkat signifikansi $< 0,05$.

Tabel 9 Output Uji Validitas Keputusan Menggunakan Ulang

No	Butir Kuisisioner	R _{hitung}	R _{tabel}	Signifikansi	KET
1	Y1.1	0,886	0,1966	0,000	VALID
2	Y1.2	0,829	0,1966	0,000	VALID
3	Y1.3	0,646	0,1966	0,000	VALID

Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa secara keseluruhan butir pertanyaan pada variabel minat menggunakan ulang dapat digunakan atau valid. Karena r_{hitung} yang diperoleh lebih besar daripada r_{tabel} , dengan nilai signifikansi $< 0,05$.

Uji Realibilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama.

Kriteria pengujian uji reliabilitas (Ghozali: 2018) :

- a. Jika $\alpha_{cronbach} > 0,60$ atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b. Jika $\alpha_{cronbach} < 0,60$ atau 60%, maka variabel tersebut tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 10 Output Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	KET
1	<i>Word of mouth</i>	0,730	Realibel
2	<i>Service quality</i>	0,875	Realibel
3	<i>Customer experience</i>	0,778	Realibel
4	Minat menggunakan ulang	0,704	Realibel

Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan hasil output untuk uji reliabilitas variabel *word of mouth*, *service quality*, *customer experience*, dan minat menggunakan ulang secara

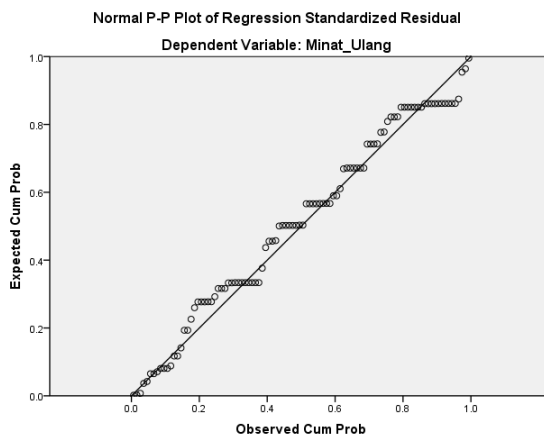
keseluruhan seluruh hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kuisioner realibel atau handal karena nilai *alpha croncbach* yang diperoleh $> 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji grafik normal p-plot, analisis Grafik normal P-Plot sebagai berikut:

Gambar 1
Output Uji Normalitas



Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan normal P-Plot diketahui bahwa data terdistribusi normal, hal tersebut dilihat dari plot-plot yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Penilaian mengenai multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka menunjukkan dalam model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas:

Tabel 11 Output Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.052	.513		
WOM	.500	.052	.603	1.660
SQ	.287	.052	.529	1.891
CE	.107	.049	.591	1.692

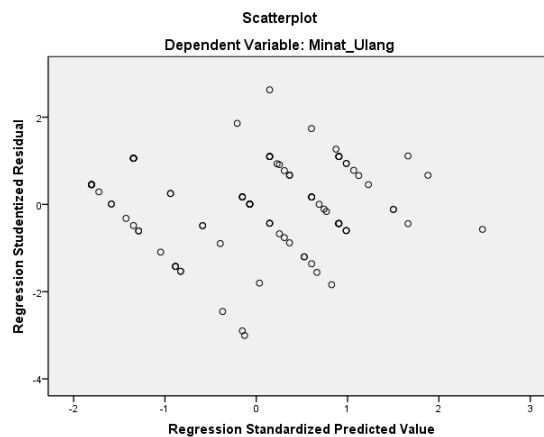
Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi adanya gejala multikolinearitas, hal tersebut dilihat dari nilai *Tolerance* yang $> 0,1$ dan nilai VIF yang < 10 .

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan scatter plot untuk menguji heteroskedastisitas, hasil pada penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2
Scatter Plot**



Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan gambar 2 diketahui bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi adanya heteroskedastisitas, karena plot tersebar dibawah dan diatas sumbu Y serta tidak membentuk suatu pola apapun.

Uji Hipotesis

Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari mana masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen secara parsial akan mempengaruhi variabel independen apabila jumlah *degree of freedom* ($df = n-k$) dan derajat kepercayaan 5% atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil pengujian parsial dengan jumlah df sebesar $96 (100-4) = 0,19845$ dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12 Output Uji t Parsial

Model	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	t	Sig.	
1	(Constant)	.052	.513	.102	.919
	WOM	.500	.052	9.703	.000
	SQ	.287	.052	5.510	.000
	CE	.107	.049	2.176	.032

Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel *word of mouth* (X_1) terhadap minat menggunakan ulang.

Hasil uji t pada tabel 12 menunjukkan nilai signifikansi $0,00 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 9,703 > t_{tabel} 1,9845$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan ulang **H₁ = diterima**.

- b. Variabel *service quality* (X_2) terhadap minat menggunakan ulang.

Hasil uji t untuk variabel *service quality* menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,510 > t_{tabel} 1,9845$ dengan demikian membuktikan bahwa variabel

service quality berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan ulang **H₂ = diterima.**

c. Variabel *customer experience* (X₃) terhadap minat menggunakan ulang. (Y).

Hasil uji t diketahui nilai signifikansi dan t_{hitung} untuk variabel *customer experience* sebesar $0,032 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,176 > t_{tabel} 1,9845$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ulang **H₃ = diterima.**

Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan di dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat signifikansi (Sig.F) lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut hasil pengujian uji statistik F:

Tabel 13 Output Uji Statistik F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	172.523	3	57.508	132.499	.000 ^a
	Residual	41.667	96	.434		
	Total	214.190	99			

Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 13 diperoleh nilai df 96 (100-4) maka $F_{tabel} = 2,70$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel independen terhadap variabel secara simultan dikarenakan nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$ dan $F_{hitung} 132,499 > F_{tabel} 2,70$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa H₄ terdapat pengaruh simultan antara variabel *word of mouth*, *service quality*, dan *customer experience* terhadap minat menggunakan ulang **Diterima.**

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2018: 97). Kontribusi variabel *word of mouth*, *service quality*, dan *customer experience* terhadap minat menggunakan ulang sebagai berikut:

Tabel 14 Output Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension0 1	.897 ^a	.805	.799	.65881

Sumber: olah data SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R²* adalah 0,799 atau sebesar 79,9% dalam menjelaskan variabel dependen artinya variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 79,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *word of mouth*, *service quality*, dan *customer experience* terhadap minat menggunakan ulang sebesar 79,9% sedangkan sisanya 20,1% dijelaskan oleh factor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berikut beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian, sebagai berikut:

1. *Word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan ulang pada penggunaan jasa transportasi P.O Sinar Jaya di Kabupaten Kebumen.
2. *Service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan ulang pada penggunaan jasa transportasi P.O Sinar Jaya di Kabupaten Kebumen.

3. *Customers experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan ulang pada penggunaan jasa transportasi P.O Sinar Jaya di Kabupaten Kebumen.
4. *Word of mouth, service quality, dan customers experience* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan ulang pada pengguna jasa transportasi P.O Sinar Jaya di Kabupaten Kebumen. Sehingga terbukti secara simultan dan hipotesis diterima.

Referensi

- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, John. 2004. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kompetensi Tenaga Penjual dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Menggunakan Kembali.
e-Jurnal Katalogis, Volume 2 Nomor 7
- Nilson dan Wall. 2017. Pengaruh *Customers Experience* Terhadap Keputusan Menggunakan Ulang.
J. STP. Vol. 4 No. 1. Tahun 2017
- Nida Ul Farida. 2017. Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Menggunakan Kembali.
Jurnal Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Kotler at al. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Perusahaan Otobus Paling Sering Digunakan Jawa Tengah <http://ayonaikbis.com/inilah-perusahaan-otobus-terbaik/3124> (2 Maret 2019)
- Meyer and Schwager. 2007. Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan *Customers Experience* Terhadap Keputusan Menggunakan Ulang.
Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 12 Nomor 1
- Nurhayati. 2012. Analisis Pengaruh *Customers Experience* Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro 2013
- Ronny dan Chie Jeffry. 2007. Pengaruh *Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui* .

Jurnal Ekonomi Universitas Keidiri.

Schwager. 2007. Brooks dalam Sanjaya. 2013. Analisa Pengaruh *Customers Experience* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kepuasan.

Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis (3/1) 2017/ 66-75

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Bandung.

Umar, Husein. 2010. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Muktivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 8. Semarang

Brown, et al., 2005. *Spreading The Words: Investigating Antecedents of Customer's Word of Mouth Intention And Behavior in Retailing Context*, *Academy of Marketing Science Journals*.

Ika Pratama Kusumawati. 2013. Analisa Pengaruh *Customers Experience* terhadap Keputusan Menggunakan Ulang.

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang

Prihastuti Srilestari. 2012. Pengaruh *Service Quality, Customers Satisfaction Terhadap Word of Mouth, Feed Back, Dan Menggunakan Ulang*.

Perpustakaan.uns.ac.id