

ABSTRAK

Transportasi termasuk pada subsektor yang memberikan kontribusi cukup besar bagi Kota Bandung, terutama pada transportasi Kereta Api. Jika dibandingkan dengan transportasi lain, Kereta Api mengalami penurunan yang paling besar. Penurunan jumlah penumpang pada transportasi Kereta Api menunjukkan adanya pengaruh iklan dan bukti fisik terhadap kepuasan penumpang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan bukti fisik terhadap kepuasan penumpang jasa transportasi (Survey Pada Penumpang Kereta Api Serayu Daerah Operasional 2 Bandung) secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jumlah populasi sebanyak 8.299 orang dan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 26.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa iklan dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 38,3% sedangkan sisanya sebesar 61,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 22,3% dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 16,0%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa iklan memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan.

Kata kunci : Iklan, Bukti Fisik, dan Kepuasan

ABSTRACT

Transportation is included in the sub-sector that contributes quite a lot to the city of Bandung, especially in rail transportation. When compared to other transportation, trains experienced the biggest decline. The decrease in the number of passengers on rail transportation shows the influence of advertising and physical evidence on passenger satisfaction. This study aims to determine the effect of advertising and physical evidence on passenger satisfaction of transportation services (Survey on Serayu Train Passengers in Operational Area 2 Bandung) simultaneously or partially.

This study uses a quantitative approach. The research method used is descriptive and verification. The sampling technique used is non-probability sampling with a total population of 8,299 people and a total sample of 100 people. The analytical method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, analysis of the coefficient of determination, and hypothesis testing using the SPSS 26 program.

The results of the study simultaneously show that advertising and physical evidence have a positive and significant effect on satisfaction by 38.3% while the remaining 61.7% is influenced by other variables not examined. Partially, it shows that advertising has a positive and significant effect on satisfaction by 22.3% and physical evidence has a positive and significant effect on satisfaction by 16.0%. So it can be concluded that advertising has the greatest influence on satisfaction..

Keywords: Advertising, Physical Evidence, and Satisfaction