

ABSTRAK

**PENGARUH PERSEPSI PADA *PHYSICAL EVIDANCE* TERHADAP  
MOTIVASI KONSUMEN UNTUK KEMBALI MENGGUNAKAN  
BUS PUSPA JAYA JURUSAN BANDAR LAMPUNG –  
JOGJAKARTA (PP)**

Studi Kasus Pada Perusahaan Otobus (P.O) Puspa Jaya  
Jln Ring Road Selatan No 9 Tamanan  
Yogyakarta

Nyoman Dedy Irawan  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2013

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi pada *Physical Evidance* terhadap motivasi konsumen untuk kembali menggunakan Bus Puspa Jaya. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada konsumen P.O Bus Puspa Jaya yang pernah menggunakan jasa Bus Puspa Jaya lebih dari 1 (satu) kali, dengan jumlah 100 Kuesioner sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive convenience sampling* dengan pemilihan sampel atas dasar kesesuaian antara karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan tertentu. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) SPSS (*Statistical Product and Service Solusion*) 13.0 for Window (*Evaluation Verson*) dan *Microsoft Office Exel* 2007. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Persepsi pada *Interior Physical Evidance* berpengaruh terhadap motivasi konsumen untuk kembali menggunakan Bus Puspa Jaya. Hasil analisis Koefesien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel Persepsi pada *Interior Physical Evidance* mempunyai pengaruh sebesar 14,9% terhadap motivasi konsumen, sedangkan sisanya sebesar 85,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCES OF PERCEPTION ON PHYSICAL EVIDENCE TO THE CUSTOMERS' MOTIVATION TO USE AGAIN PUSPA JAYA BUS FROM BANDAR LAMPUNG TO JOGJAKARTA (VV)**

A Case Study at Autobus Company Puspa Jaya  
Jl. Ring Road No. 9 Tamanan  
Yogyakarta

Nyoman Dedy Irawan  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2013

This research was aimed to find out the influences of the Perception to the Physical Evidence to the customers' motivation to use again Puspa Jaya Bus. The data were collected by distributing questionnaires to the customers of P.O Bus Puspa Jaya who had ever used Puspa Jaya Bus more than once, with 100 Questionnaires as research sample. The technique used to take samples was purposive convenience sampling. The samples were taken when the samples' characteristics were in line with the specific criteria. The data were analyzed using multiple linear regression with the use of SPSS (Statistical Product and Service Solution) 13.0 for Window (Evaluation Version) and Microsoft Office Excel 2007. The results of the research showed that the Perception on Interior Physical Evidence influenced the customers' motivation to use again Puspa Jaya Bus. The analysis result of Coefficient Determination ( $R^2$ ) showed that the variable Perception on Interior Physical Evidence had a big influence to the customers' motivation. It was 14.9%. The rest, as big as 85.1%, was influenced by other variables not included in this model research.