

ABSTRACT

This research based on the current phenomenon that mass transport such as aircraft has increased, growth because of the community has made traveling as a lifestyle. This research aims to determine and analyze the influence of price, brand image and quality of service to the decision to purchase the tickets of Garuda Indonesia Airline. The population used in this research are the passengers of the aircraft whomade flight using Garuda Indonesia Airline. Sampling technique using non probability sampling with the number of samples obtained as many as 100 respondents. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis.

Based on the results of research, it is known that the price variable has a insignificant influence, this is because the price offered is in accordance with the given by the airline. As for the variable of brand image and service quality have positive and significant influence to ticket purchasing decision, this is influenced by the performance of airline having good image and quality of service provided by Garuda Indonesia airline is maintained so that passengers still choose the airline to accompany the trip and give space which is convenient to the passengers.

Keywords: price, brand image, service quality and purchase decision.



ABSTRAK

Penelitian ini berdasarkan fenomena sekarang bahwa angkutan massal seperti pesawat sudah meningkat, perkembangan dikarenakan masyarakat sudah menjadikan *traveling* sebagai gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Garuda Indonesia. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penumpang pesawat yang telah melakukan penerbangan menggunakan maskapai Garuda Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel harga berpengaruh tidak signifikan, hal ini dikarenakan bahwa harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan yang diberikan oleh maskapai. Sedangkan untuk variabel citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket, hal ini dipengaruhi oleh kinerja maskapai yang mempunyai citra yang baik dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai Garuda Indonesia dipertahankan agar penumpang tetap memilih maskapai tersebut untuk menemani perjalanan dan memberikan ruang yang nyaman terhadap para penumpang.

Kata kunci : harga, citramerek, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

