

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET**

GARUDA INDONESIA

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

KARL HEINZ JELMAU

11170273

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
GARUDA INDONESIA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Manajemen



DISUSUN OLEH:

KARL HEINZ JELMAU

11170273

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Karl Heinz Jelmau
NIM : 11170273
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

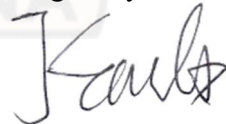
**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
GARUDA INDONESIA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta
Pada Tanggal: 3 Juli 2023

Yang menyatakan



Karl Heinz Jelmau

11170273

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET GARUDA INDONESIA”

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

KARL HEINZ JELMAU

11170273

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

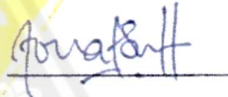
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 20 Juni 2023


Nama Dosen

Tanda Tangan


Jonathan Herdioko, S.E., M.M.
(Ketua Tim/Dosen Pembimbing)



Dra. Ety Istriani, MM.
(Dosen Penguji 1)



Lucia Nurbani Kartika, SPd. MM.
(Dosen Penguji 2)



Yogyakarta, 3 Juli 2023

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si.
Ph.D.

Drs. Sisnuhadi, MBA.,

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET GARUDA INDONESIA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 6 Juni 2023



Karl Heinz Jelmau

HALAMAN MOTTO

“Seburuk apapun harimu, jangan berhenti berbuat baik. It’s just a bad day, not bad life.”

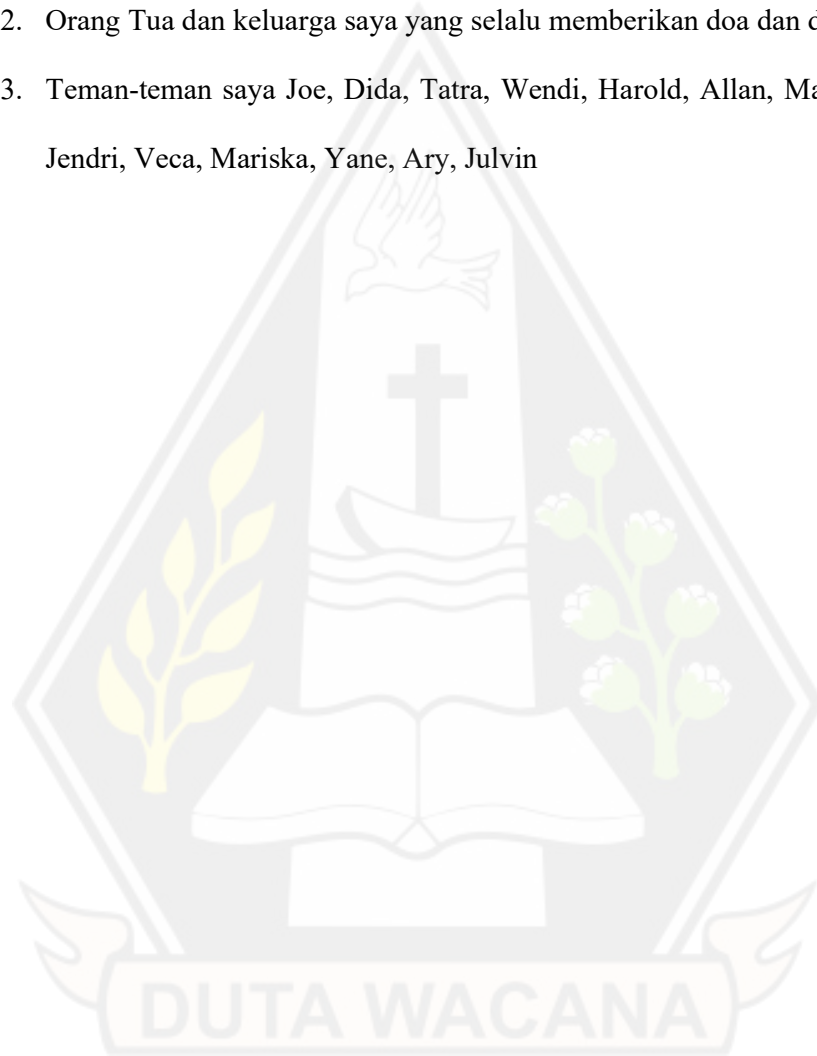
“Sebab lebih baik menderita karena berbuat baik, jika hal itu dikehendaki Allah, dari pada menderita karena berbuat jahat” (1 Petrus 60:17)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus atas segalanya yang telah diberikan kepada saya
2. Orang Tua dan keluarga saya yang selalu memberikan doa dan dukungan
3. Teman-teman saya Joe, Dida, Tatra, Wendi, Harold, Allan, Maria, Sekar, Jendri, Veca, Mariska, Yane, Ary, Julvin



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET GARUDA INDONESIA”**

Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memperoleh gelar S1 dari Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana. Setelah semua yang telah dilalui, tidak lupa juga penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

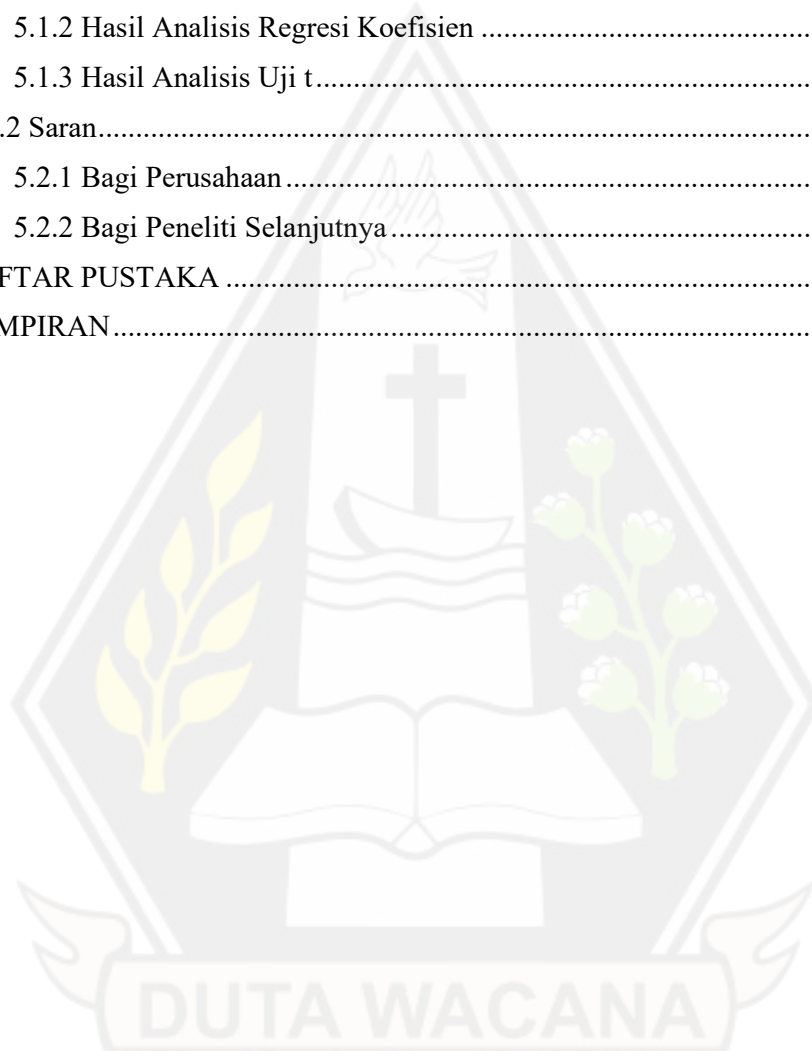
1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si. selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana
2. Bapak Dr. Sisnuhadi, MBA., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana
3. Bapak Dr. Singih Santoso, MM selaku dosen wali saya
4. Bapak Jonatan Herdioko, S.E., M.M. selaku pembimbing saya dalam penyusunan skripsi ini
5. Semua yang mendukung penyusunan skripsi ini

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGAJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| ABSTRAK..... | xiv |
| <i>ABSTRACT</i> | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.5 Batasan Penelitian | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Pengertian Judul..... | 6 |
| 2.1.1 Kualitas Layanan..... | 6 |
| 2.1.2 Citra Perusahaan..... | 8 |
| 2.1.3 Persepsi Harga..... | 9 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian..... | 10 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.3 Model Penelitian | 14 |
| 2.4 Pengembangan Hipotesis | 14 |
| 2.4.1 Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian..... | 14 |
| 2.4.2 Hubungan antara Citra Perusahaan dengan Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.4.3 Hubungan antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian..... | 18 |
| 2.5 Hipotesis..... | 20 |

| | |
|--|----|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 21 |
| 3.1 Data | 21 |
| 3.1.1 Sumber Data..... | 21 |
| 3.1.2 Pengumpulan Data | 22 |
| 3.1.3 Populasi dan Sampel | 22 |
| 3.2 Definisi Variabel dan Pengukurannya | 23 |
| 3.2.1 Skala Pengukuran Data | 26 |
| 3.3 Metode Analisis Data..... | 26 |
| 3.3.1 Uji Validitas | 26 |
| 3.3.2 Uji Reliabilitas | 27 |
| 3.4 Uji Statistik | 28 |
| 3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda | 28 |
| 3.5 Uji Hipotesis | 29 |
| 3.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 29 |
| 3.5.2 Uji F | 29 |
| 3.5.3 Uji Parsial (Uji t)..... | 30 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 31 |
| 4.1 Uji Instrumen Penelitian | 31 |
| 4.1.1 Uji Validitas | 31 |
| 4.1.2 Uji Reliabilitas | 32 |
| 4.2 Profil Responden..... | 34 |
| 4.2.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 34 |
| 4.2.2 Profil Responden berdasarkan Usia | 35 |
| 4.2.3 Profil Responden berdasarkan Profesi | 35 |
| 4.2.4 Profil Responden berdasarkan Pengeluaran per Bulan | 36 |
| 4.2.5 Profil Responden berdasarkan Skala Pemakaian | 37 |
| 4.3 Uji Hipotesis | 38 |
| 4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda | 38 |
| 4.3.2 Koefisien Determinan (R^2)..... | 39 |
| 4.3.3 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)..... | 40 |
| 4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)..... | 42 |
| 4.4 Pembahasan..... | 43 |
| 4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia | 43 |

| | |
|---|-----------|
| 4.4.2 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia | 44 |
| 4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia | 44 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 46 |
| 5.1 Kesimpulan | 46 |
| 5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden | 46 |
| 5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien | 46 |
| 5.1.3 Hasil Analisis Uji t..... | 47 |
| 5.2 Saran..... | 47 |
| 5.2.1 Bagi Perusahaan | 47 |
| 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA | 49 |
| LAMPIRAN..... | 51 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian | 14 |
|--------------------------------------|----|



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Data Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| Tabel 3.1 Tingkat Reliabilitas..... | 28 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas..... | 32 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan..... | 33 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan..... | 33 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga..... | 33 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian..... | 34 |
| Tabel 4.6 Jenis Kelamin Responden..... | 34 |
| Tabel 4.7 Usia Responden..... | 35 |
| Tabel 4.8 Profesi Responden..... | 36 |
| Tabel 4.9 Pengeluaran per Bulan Reponden..... | 36 |
| Tabel 4.10 Skala Pemakaian Responden..... | 37 |
| Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda..... | 38 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)..... | 40 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji F..... | 41 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji t..... | 42 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 51 |
| Lampiran 2 Rekap Data Profil Responden..... | 54 |
| Lampiran 3 Rekap Data Variabel X dan Y | 58 |
| Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 70 |
| Lampiran 5 Uji Regresi..... | 76 |
| Lampiran 6 Kartu Konsultasi Skripsi..... | 77 |
| Lampiran 7 Halaman Persetujuan | 78 |
| Lampiran 8 Formulir Revisi Ujian Pendadaran | 79 |
| Lampiran 9 Formulir Revisi Judul Skripsi..... | 80 |



“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET GARUDA INDONESIA”

Karl Heinz Jelmau

11170273

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

11170273@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia. Responden dalam penelitian ini adalah para pengguna transportasi udara yang sering maupun pernah menggunakan jasa Garuda Indonesia. Metode pengumpulan data yang dipakai dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling yaitu simple random sampling. Jumlah responden yang diambil sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan untuk melihat kontribusi dari setiap variabel bebas secara parsial digunakan uji t serta untuk menguji hipotesis digunakan uji F. Terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Persepsi Harga sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, hasil menunjukkan bahwa Citra Perusahaan dan Persepsi Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian sedangkan Kualitas Layanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara umum variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Persepsi Harga berpengaruh sebesar 68.2% dan sisanya 31.8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

**“THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, COMPANY IMAGE, AND
PRICE PERCEPTION ON THE PURCHASE DECISION OF GARUDA
INDONESIA TICKETS”**

Karl Heinz Jelmau

11170273

Management Department Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

11170273@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of Service Quality, Corporate Image and Perceived Price on Purchase Decision of Garuda Indonesia tickets. Respondents in this research were users of air transportation who often or had used Garuda Indonesia's services. Data collection method used by using a questionnaire. This study uses a probability sampling technique, namely simple random sampling. The number of respondents taken as many as 100 people. The analytical method used in this study is Multiple Linear Regression Analysis and to see the contribution of each independent variable partially used the t test and to test the hypothesis used the F test. There are two variables, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variable consists of Service Quality, Corporate Image and Perceived Price while the dependent variable is Purchase Decision.

Based on the data analysis performed, the results show that Corporate Image and Perceived Price have a significant influence on Purchasing Decisions while Service Quality does not have a significant influence on Purchasing Decisions. In general, the variables of Service Quality, Corporate Image and Price Perception have an effect of 68.2% and the remaining 31.8% are influenced by variables not examined.

Keywords: Service Quality, Corporate Image, Perceived Price, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri penerbangan adalah salah satu industri paling menarik di dunia. Industri penerbangan merupakan industri berteknologi tinggi yang bergerak cepat dan terus berkembang. Industri penerbangan bertanggung jawab untuk membawa penumpang dan kargo ke seluruh dunia sehingga sangat penting bagi ekonomi global serta memainkan peran penting dalam dunia bisnis. Seluruh maskapai penerbangan juga terus berinovasi untuk membuat perjalanan udara lebih efisien, berkelanjutan dan terjangkau.

Salah satu maskapai di industri ini adalah Garuda Indonesia. Garuda Indonesia merupakan salah satu maskapai penerbangan nasional Indonesia yang berkantor pusat di Bandar udara Internasional Soekarno–Hatta. Maskapai ini dengan bangga menawarkan berbagai layanan dan produk yang mencerminkan keragaman dan budaya Indonesia mulai dari kain batik khasnya hingga makanan lokal di dalam pesawat. Dari segi keselamatan, Garuda Indonesia memiliki reputasi yang kuat untuk keselamatan dan keandalan sehingga dinobatkan sebagai *"Most Improved Airline 2017"* oleh situs web pemeringkat maskapai global yang berbasis di Australia, yaitu AirlineRatings.com. (detikTravel, 2016)

Garuda Indonesia sempat mengalami masa sulit yang hampir mengarah pada kepailitan. Faktor-faktor eksternal dan internal yang kompleks telah berkontribusi terhadap situasi tersebut. Persaingan ketat di industri penerbangan, lonjakan harga bahan bakar, fluktuasi kurs mata uang, dan masalah manajemen internal menjadi beberapa tantangan yang dihadapi oleh Garuda Indonesia.

Garuda Indonesia sendiri telah melalui perjalanan panjang hingga lolos dari pailit tersebut. Pada pertengahan tahun lalu, kondisi keuangan Garuda Indonesia anjlok akibat pandemi covid-19 yang menekan secara signifikan jumlah penumpang. Saat itu, utang perseroan mencapai Rp70 triliun dan bertambah Rp1 triliun setiap bulannya. Tumpukan utang tersebut disebabkan pendapatan perusahaan tidak menutupi pengeluaran operasional, alias besar pasak daripada tiang. Akibatnya, perusahaan menyampaikan skema proposal restrukturisasi kepada lessor dan kreditur sebagai bagian dari upaya pemulihan kinerja perusahaan. (CNN Indonesia, 2022)

Masalah manajemen internal juga turut berperan dalam situasi sulit yang dihadapi oleh Garuda Indonesia. Pengelolaan sumber daya yang tidak efisien, biaya operasional yang tinggi, serta pengambilan keputusan yang kurang tepat telah berdampak negatif pada keuangan perusahaan. Tindakan korupsi dan praktik bisnis yang tidak etis juga telah merusak reputasi Garuda Indonesia di mata masyarakat.

Dalam menghadapi tantangan ini, Garuda Indonesia telah melakukan berbagai upaya perbaikan. Perusahaan ini melakukan restrukturisasi keuangan dengan mengurangi biaya operasional dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Garuda Indonesia juga berusaha untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperbaiki manajemen internal. Upaya ini termasuk restrukturisasi utang, pemotongan biaya operasional dan peningkatan pengawasan internal. Meskipun Garuda Indonesia mengalami masa sulit dan hampir menghadapi kebangkrutan, maskapai ini tetap berkomitmen untuk mengembalikan stabilitas keuangan dan memperbaiki reputasinya serta berharap dapat pulih dan bangkit dari situasi yang sulit ini.

Dari latar belakang yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia yang membuat maskapai ini tetap bertahan dari kebangkrutan sehingga pada kesempatan penelitian kali ini penulis mengambil judul penelitian: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET GARUDA INDONESIA”**

1.2 Rumusan Masalah

Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia?

- a. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia?
- b. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia
- b. Untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia
- c. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan Garuda Indonesia

Hasil Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berguna bagi Perusahaan Garuda Indonesia agar lebih mengetahui Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Dari penelitian ini juga bisa diharapkan menjadi sumber informasi bagi perusahaan Garuda Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan konsumen.

b. Bagi Peneliti

Bagi peneliti berguna sebagai bahan referensi dalam mengaplikasikan ilmu yang telah di dapat selama berada di tahap perkuliahan serta memberikan pengalaman bagi penulis untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat berguna sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya dan temuan yang diperoleh dapat menjadi pedoman bagi peneliti lain yang ingin mengambil topik variabel serupa.

1.5 Batasan Penelitian

- a. Yang dimaksud dengan Garuda Indonesia dalam penelitian ini adalah salah satu perusahaan milik negara (BUMN) di sektor industri transportasi udara.
- b. Lokasi Penelitian: Daerah Istimewa Yogyakarta
- c. Responden Penelitian: Pengguna transportasi udara yang sering maupun pernah menggunakan jasa Garuda Indonesia

- d. Jumlah Responden: 100 Responden yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta
- e. Waktu Penelitian: Maret 2023-selesai
- f. Variabel yang di teliti:
 - 1. Variabel terikat, yaitu Keputusan Pembelian (Y)
 - 2. Variabel bebas, yaitu Kualitas Layanan (X1), Citra Perusahaan (X2) Persepsi Harga (X3)



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

- a. Mayoritas responden di dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin Perempuan dengan jumlah 53 responden (53%).
- b. Mayoritas responden dalam penelitian ini berusia kurang < 27 Tahun dengan jumlah 26 orang (26%).
- c. Mayoritas responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai Pegawai Swasta dengan jumlah 35 orang (35%).
- d. Mayoritas responden dalam penelitian ini mempunyai pengeluaran per bulan sebesar > Rp.8.000.000 dengan jumlah 27 orang (27%).
- e. Mayoritas responden di dalam penelitian ini memiliki frekuensi penggunaan dalam 3 bulan terakhir sebanyak 1 Kali dengan jumlah 52 orang (52%).

5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Koefisien Determinan (R^2) dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas layanan, Citra Perusahaan dan Persepsi Harga mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian sebesar 68.2% dan sisanya 31.8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

5.1.3 Hasil Analisis Uji t

Berdasarkan hasil dari analisis Uji t, dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan dan Persepsi Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia sedangkan variabel Kualitas Layanan secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian tiket Garuda Indonesia.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

- a. Kualitas Layanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian namun Garuda Indonesia tetap harus mempertahankan Kualitas Layanan dengan terus melakukan penelitian, inovasi, dan pembaruan yang berkelanjutan untuk memenuhi harapan pelanggan.
- b. Citra Perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, maka dari itu Garuda Indonesia perlu menjaga citra baik perusahaan agar menjadi pilihan utama dalam pengambilan Keputusan Pembelian konsumen memilih maskapai penerbangan.
- c. Persepsi Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian sehingga Garuda Indonesia perlu mempertimbangkan kembali dalam menetapkan harga yang ditawarkan untuk meningkatkan daya beli konsumen dalam pengambilan Keputusan Pembelian.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya, yang pertama jika memilih variabel Kualitas Layanan agar diteliti tidak hanya dari customer services saja melainkan

secara menyeluruh yang meliputi Kualitas Layanan seperti pramugari, *ticketing* dan lain sebagainya. Yang kedua menambah pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan indikator untuk masing-masing variabel agar mendapat hasil perhitungan yang lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). Manajemen pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Abdurahman, M., & Sambas, A. M. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Chandra, G., Adriana, D., & Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi.
- CNN Indonesia. (2022, June 27). Retrieved from www.cnnindonesia.com:
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220627145700-92-814044/jalan-panjang-garuda-terancam-bangkrut-hingga-lolos-dari-jerat-pailit>
- detikTravel. (2016, November 15). Retrieved from travel.detik.com:
<https://travel.detik.com/travel-news/d-3346087/garuda-indonesia-raih-penghargaan-most-improved-airline-2017>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13: Jakarta: Erlangga*.
- Lee, S., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived Dynamic Pricing. *Journal Of Industrial Management & Data System*.
- Louisrianda, R., & Tabrani, M. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, citra perusahaan terhadap loyalitas merek dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Rahyuda, I., & Atmaja, N. C. (2011). Pengaruh kewajaran harga, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna penerbangan domestik Garuda di Denpasar. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*.
- Riski, F. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di

Bandar Udara Internasional Lombok. *Sekolah Tinggi Teknologi KeDirgantaraan*.

- Simanjuntak, L. B., & Soesanto, H. (2018). Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, serta Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang berdampak pada Minat Beli Ulang oleh penumpang Maskapai Citilink. *Fakultas Ekonomika dan Bisnis*.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Suwatno. (2019). *Pengantar public relations kontemporer*. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Wendha, A., Rahyuda, I. K., & Suasana, I. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*.

