

ABSTRAKSI

Judul : **Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Semarang**
Penyusun : Indah Pradianti Lestari
NIM : D2D604210
Jurusan/Program Studi : FISIP/ Administrasi Bisnis

Harga, Produk dan Promosi adalah faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian karena hal tersebut melekat pada suatu produk sehingga, seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar untuk memutuskan membeli atau tidak barang atau jasa yang ditawarkan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada jasa yang ditawarkan oleh PT. Garuda Indonesia atau jumlah nilai yang konsumen pertaruhkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan jasa penerbangan dari maskapai Garuda Indonesia, Produk merupakan karakteristik yang membedakan merek atau produk Garuda Indonesia dari produk maskapai penerbangan yang lain, Promosi merupakan kegiatan yang mengenalkan produk kepada para konsumen. Permasalahan dalam skripsi ini adalah adanya penurunan penjualan tiket Garuda Indonesia pada PT. Garuda Indonesia Semarang dari tahun 2005 ke tahun 2006 sebesar 15,87%, sehingga hal tersebut perlu diteliti lebih lanjut berkenaan dengan pengaruh harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. Garuda Indonesia Semarang.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi konsumen terhadap harga, produk dan promosi PT. Garuda Indonesia dan seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Garuda Indonesia, seberapa besar pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Garuda Indonesia, seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. Garuda Indonesia serta seberapa besar pengaruh harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. Garuda Indonesia

Tipe penelitian yang digunakan adalah dengan penelitian menurut tingkat eksplanasinya (Eksplanatory Research). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada 60 responden pengguna jasa penerbangan. Data dianalisis dengan analisis kualitatif tanpa angka dan kuantitatif dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi linier sederhana, Regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, Uji t dan Uji F dengan bantuan program SPSS

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Garuda Indonesia dimana t hitung (5,694) > t tabel (2,000) dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Garuda Indonesia dimana t hitung (4,465) > t tabel (2,00) dan signifikan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Garuda Indonesia dimana t hitung (3,358) > t tabel (2,000)
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga, Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian PT. Garuda Indonesia dimana F hitung (61,308) > F tabel (2,76). Koefisien determinasi untuk variabel Harga (X1), Produk (X2) dan Promosi (X3) menyumbang sebesar 52,7% untuk keputusan pembelian PT. Garuda Indonesia sedangkan 47,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya

Saran yang dapat disampaikan adalah perusahaan harus meningkatkan daya saing pada PT. Garuda Indonesia dengan cara meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan kegiatan-kegiatan promosi agar mampu bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.