

Abstrak

Garuda Indonesia adalah salah satu maskapai yang memiliki fasilitas *full service* yang ada di Indonesia. Harga yang ditawarkan Garuda Indonesia lebih tinggi dibandingkn dengan maskapai lain yang ada di Indonesia. Walaupun harga yang ditawarkan lebih tinggi, Garuda Indonesia menempati urutan kedua penumpang terbanyak di Indonesia. Pada penelitian sebelumnya menyatakan bahwa, harga apabila harga yang ditawarkan rendah maka akan meningkatkan pembelian. Akan tetapi pada penelitian ini pernyataan tersebut tidak sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana *service quality* dan tarif berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan bersifat kausalitas dengan sample penumpang Garuda Indonesia di Kota Bandung, alat ukur pada penelitian ini adalah *service quality*, tarif dan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa *service quality* dan tarif berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun pengaruhnya sebesar 1,8% sementara sisanya 98,2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial *service quality* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelnin, sedangkan pada variabel tarif tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

Kata Kunci : *service quality, tarif, keputusan pembelian, Garuda Indonesia*

