

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, promosi, kualitas pelayanan, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian jasa penerbangan pada Garuda Indonesia.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sering menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia yang berdomisili atau warga Kota Semarang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Analisis data mempergunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa harga, promosi, kualitas pelayanan, dan citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.

Kata kunci: Harga, Promosi, Kualitas pelayanan, Citra merek, Keputusan pembelian, Garuda Indonesia.