

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI  
GARUDA INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Manajemen**



**Oleh :**

**ADE RAY HIDAYAT  
19012010325 / FEB / EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI  
GARUDA INDONESIA**

**Disusun Oleh:**


**ADE RAY HIDAYAT**

**19012010325**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 15 September 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing**

  
**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.**  
**NIP. 196901132021212003**

  
**Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono M.M.**  
**NIP. 196203181988031002**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



  
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.**  
**NIP. 196304201991032001**

**SURAT PERNYATAAN  
ORISINALITAS KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Ade Ray Hidayat  
NPM : 19012010325  
NIK : 3578022010010001  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 20 Oktober 2001  
Alamat : Taman Indah Regency Blok E-36  
Judul Artikel : The Effect of Promotion, Brand Image, and Service Quality on Purchasing Decision for Garuda Indonesia Airlines Tickets

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 15 September 2023  
yang menyatakan,

  
Ade Ray Hidayat

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, shalawat serta salam tak lupa dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri teladan bagi umat manusia. Karena atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Garuda Indonesia” untuk memenuhi syarat menyelesaikan program Sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada proses penyelesaian skripsi tak lepas dari adanya dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis juga tidak lupa mengucapkan terimakasih bagi para pihak yang telah membantu kegiatan penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, M.M, CFP, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun proposal penelitian skripsi ini

6. Bapak dan Ibu dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis
7. Ni'mah Nur Aida Fitriyah yang telah membantu dan mensupport penulis dalam menulis laporan ini.
8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan semangat mental maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan ini.

Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia- Nya dan membalas segala amal budi serta kebaikan pihak-pihak yang telah membantupenulis dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 22 Januari 2023

Penulis,

**Ade Ray Hidayat**  
**19012010325**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>I</b>
<b>DAFTAR GAMBAR....KESALAHAN! BOOKMARK TIDAK DITENTUKAN.</b>	
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN KESALAHAN! BOOKMARK TIDAK DITENTUKAN.</b>	
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 LATAR BELAKANG .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 RUMUSAN MASALAH.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 TUJUAN PENELITIAN .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 MANFAAT PENELITIAN .....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 PENELITIAN TERDAHULU .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.1 Pemasaran .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.1.1 Manajemen Pemasaran.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.2 Promosi .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.3 Citra Merek.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.4 Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.5 Keputusan Pembelian.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL .....</b>	<b>30</b>
<b>2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Garuda Indonesia.....</b>	<b>30</b>
<b>2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Garuda Indonesia.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Garuda Indonesia. ....</b>	<b>32</b>
<b>2.4 KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>33</b>
<b>2.5 HIPOTESIS.....</b>	<b>33</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
<b>3.1 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL .....</b>	<b>34</b>
<b>3.1.2 Variabel Independen (X).....</b>	<b>34</b>
<b>3.1.3 Variabel Dependen (Y).....</b>	<b>37</b>
<b>3.2 PENGUKURAN VARIABEL.....</b>	<b>37</b>
<b>3.3 TEKNIK PENGUKURAN SAMPEL.....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.1 Populasi.....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.2 Sampel.....</b>	<b>39</b>
<b>3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....</b>	<b>40</b>

3.4.1 Jenis Data.....	40
3.4.2 Sumber Data.....	41
3.5 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	41
3.5.1 Uji Validitas.....	41
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.6 TEKNIK ANALISIS DAN UJI HIPOTESIS .....	42
3.6.1 Teknik Analisis.....	42
3.6.2 Cara Kerja PLS .....	44
3.6.3 Model Spesifikasi PLS.....	44
3.6.4 Langkah-langkah PLS.....	44
3.6.5 Asumsi PLS .....	55
3.6.6 Sample Size.....	55
<b>BAB IV .....</b>	<b>56</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....	56
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	56
4.2 DESKRIPSI HASIL PENELITIAN .....	57
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	58
4.3 ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS .....	67
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier .....	67
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS.....	68
4.4 PEMBAHASAN .....	77
4.4.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ...	78
<b>BAB V.....</b>	<b>80</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 KESIMPULAN .....	80
5.2 SARAN .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Penumpang PT Garuda Indonesia dari Tahun 2013-2021.....	6
Gambar 2.1 Tahapan dalam Proses Keputusan Pembelian.....	28
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 3.1 Langkah-Langkah Analisis PLS.....	45
Gambar 3.2 Contoh Diagram Jalur PLS.....	47
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> Dengan <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficient</i> , dan <i>R-Square</i> .....	71
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> Dengan Nilai Signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i> .....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Usia.....	58
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X1)..	59
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X2) .....	61
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	63
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4.7 Data <i>Outlier</i> .....	70
Tabel 4.8 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i> .....	72
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i> .....	74
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	75
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i> .....	76
Tabel 4.12 <i>Latent Variable Correlations</i> .....	77
Tabel 4.13 <i>R-Square</i> .....	78
Tabel 4.14 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i> .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	87
Lampiran 3 Deskriptif dan Uji <i>Outlier</i> .....	88
Lampiran 4 Hasil Olah data PLS.....	95

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI  
GARUDA INDONESIA**

Oleh:

**ADE RAY HIDAYAT**

**19012010325**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui apakah promosi, citra merek, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Garuda Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan dengan metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan menggunakan data primer yang didapat dengan cara penyebaran kuisioner sebagai teknik pengumpulan datanya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini meruakan seluruh seluruh konsumen yang telah melakukan penerbangan menggunakan maskapai Garuda Indonesia. Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive samlng*. Sebanyak 80 responden diambil sebagai sampel penelitian ini berdasarkan teori Ferdinand (2002, 48). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi (X1), citra merek (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan pembeliannya (Y). Hal ini mengartikan jika variabel (X) ditingkatkan maka akan terjadi peningkatan juga pada keputusan pembelian (Y).

***Kata Kunci : Promosi; Citra Merek; Keputusan Pembelian; Kualitas Pelayanan;***