

## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan dunia penerbangan di Indonesia menjadi peluang bagi para maskapai untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satunya maskapai penerbangan Lion Air. Permasalahan tersebut didasari bahwa maskapai di Indonesia sudah sangat banyak jumlahnya dengan menawarkan berbagai layanan untuk mendapatkan kepuasan pelanggannya, hal ini menjadi tantangan Lion Air dalam menjaga citra merek maskapai Lion Air agar minat pembelian ulang bisa terus meningkat. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang tiket pesawat maskapai Lion Air di Indonesia

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah 400 responden pengguna maskapai penerbangan Lion Air di Indonesia. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif untuk variabel harga sudah dalam kategori sangat baik sebesar 85%, variabel kualitas pelayanan sudah dalam kategori sangat baik sebesar 86%, dan variabel minat beli ulang sudah dalam kategori sangat baik sebesar 86%. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan besarnya pengaruh sebesar 52,6% dan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang**