

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**ABSTRAK**

- (A) KEVIN (915150125)  
 (B) PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK GOJEK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
 (C) Jumlah xvii, Isi 87 halaman, 2019, tabel 48, gambar 4  
 (D) *ADVERTISING*

Salah satu bisnis *online* yang paling tren di Indonesia saat ini adalah bisnis transportasi *online*. Transportasi *online* merupakan suatu bisnis yang menjual jasa sehingga membutuhkan pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan terhadap suatu brand adalah hal mutlak yang diperlukan sebuah brand untuk tetap *exist* dalam bisnis mereka. Begitu juga dengan Go-jek, untuk mendapat apresiasi dari konsumen diperlukan inovasi dalam mempromosikan layanan jasa transportasi tersebut, salah satunya dengan memasang iklan *online*. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh iklan dan citra merek Gojek terhadap loyalitas pelanggan Gojek. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fungsi iklan yang terdiri dari fungsi *precipitation*, fungsi *persuasion*, fungsi *reinforcement*, fungsi *reminder*. Disamping itu, juga dibahas tentang teori citra merek yang menyangkut tentang kekuatan, keunikan dan *favourable*. Selain itu, turut dibahas teori loyalitas pelanggan yang terdiri dari urutan pembelian, proporsi pembelian, preferensi dan komitmen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah 8 juta pengguna Gojek di Jakarta dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah uji asumsi klasik. Teknik analisis data dilakukan dengan uji koefisien relasi berganda, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi serta uji hipotesis yang terdiri dari uji T dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Gojek dan juga citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Gojek. Selain itu, iklan dan citra merek Gojek memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gojek.

Kata Kunci : Iklan, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

- (E) Daftar Pustaka (2009 – 2019)  
 buku 11,  
 Jurnal 35  
 (F) Drs. Widayatmoko, M.M., M.I.Kom.  
 (G) Muhammad Adi Pribadi, S.E., M.I.B.,M.Comm., Dr