# ABSTRAK

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI *ONLINE* GOJEK (STUDI KASUS**

# MASYARAKAT KELURAHAN BINJAI)

**RIRIN WANDIRA NPM: 173114184**

Penelitian in bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Binjai). Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan menggunakan metode survei yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kelurahan Binjai, jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 Pelanggan. Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan yaitu accidental sampling). Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angktet), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian yaitu besarnya hubungan antara *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek adalah sebesar 24,3%. Hal ini berarti bahwa Kepuasan Pelanggan Gojek dipengaruhi oleh *Brand Image* sebasar 24,3%. Nilai koefisien konstanta (a) adalah 22.372. Hal ini berarti bahwa apabila nilai *Brand Image* sama dengan nol, maka besarnya Kepuasan Pelanggan adalah 22.372. Nilai koefisien regresi (b) adalah 0,487 yang menunjukkan perubahan atas variabel *dependent* yang didasarkan pada variabel *independent.* Nilai thitung = 5.727. Karena nilai thitung (5.727) > ttabel (1,661), maka dalam hal ini Ha diterima dan Ho ditolak. Sehingga disimpulkan bahwa Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kelurahan Binjai.

**Kata Kunci : *Brand Image, Kepuasan Pelanggan***