**ABSTRAK**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI DROP POINT KRAKATAU MEDAN**

**SOFI ADINDA AMRI NASUTION**

**183114005**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek (X1), kualitas layanan (X2), dan harga (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) jasa pengiriman J&T Express di Drop Point Krakatau Medan, dengan menggunakan sumber data primer dan menggunakan metode probability sampling untuk pengambilan sampel dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Metode analisis menggunakan regresi linear berganda. Uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang ditentukan, uji t (uji secara parsial) menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna karena nilai thitung > ttabel atau 10,606 > 1,664 dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,000 < 0,05 maka hal ini berarti bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna karena nilai thitung > ttabel atau 2,874 > 1,664 dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,005 < 0,05 maka hal ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna karena nilai thitung > ttabel atau 11,808 > 1,664 dan signifikansi yang dihasilkan 0,005 < 0,05 maka hal ini berarti bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dari hasil uji f (uji secara simultan) nilai fhitung > ftabel atau 60,545 > 3,09 dan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05 . Maka hal ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas layanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa J&T Express di Drop Point Krakatau Medan.

**Kata Kunci :** Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan

***ABSTRACT***

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY AND PRICES ON USER SATISFACTION OF J&T EXPRESS DELIVERY SERVICES AT DROP POINT KRAKATAU MEDAN***

**SOFI ADINDA AMRI NASUTION**

**183114005**

*This study aims to examine the effect of brand image (X1), service quality (X2), and price (X3) on user satisfaction (Y) of J&T Express delivery services at Drop Point Krakatau Medan, using primary data sources and using probability sampling method to sampling with a total sample of 98 respondents. The method of analysis used multiple linear regression. The classical assumption test used has met the specified criteria, the t-test (partial test) shows that the brand image variable has a positive and significant effect on user satisfaction because the value of tcount > ttable or 10.606 > 1.664 and the resulting significance value is 0.000 < 0.05 then this means that the brand image variable has a positive and significant effect on user satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on user satisfaction because the value of tcount > ttable or 2.874 > 1.664 and the resulting significance value of 0.005 < 0.05, this means that service quality has a positive and significant effect on user satisfaction. Price has a positive and significant effect on user satisfaction because the value of tcount > ttable or 11.808 > 1.664 and the resulting significance is 0.005 < 0.05, this means that the price has a positive and significant effect on user satisfaction. From the results of the f test (simultaneous test) the value of fcount > ftable or 60.545 > 3.09 and the resulting significant value of 0.000 is smaller than the level of significance of 0.05. So this shows that the brand image, service quality and price together have a significant effect on the satisfaction of J&T Express service users at Drop Point Krakatau Medan.*

***Keywords :*** *Brand Image, Service Quality, Price, Satisfaction*