

# **PRESEPSI HARGA, CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK JASA KURIR J&T MOJOAGUNG**

**(Studi Kasus J&T Mojoagung)**

**ABSTRAK**

Oleh:

Yogi Tri Krisma Saputra

Dosen Pembimbing:

Dr. Siti Zuhroh M.Si

Penelitian ini dilatar-belakangi oleh tingkat loyalitas pelanggan jasa kurir J&T Mojoagung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan persepsi harga dan citra merek dapat memberikan dampak terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah 80 sampel pelanggan jasa kurir J&T Mojoagung pada tahun 2020 dengan teknik *accidental sampling*. Instrumen penelitian ini menggunakan angket dan dianalisis menggunakan alat analisis SPSS Versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan loyalitas pelanggan jasa kurir J&T Mojoagung disebabkan oleh penciptaan persepsi harga yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Demikian juga dengan peningkatan loyalitas pelanggan jasa kurir J&T Mojoagung disebabkan oleh citra merek yang sudah melekt dalam benak pelanggan. Penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi perusahaan jasa kurir J&T Mojoagung untuk membuat strategi dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggannya .

Kata kunci: Persepsi Harga, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan.

**PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE TOWARDS LOYALTY OF J&T  
MOJOAGUNG COURIER BRANDS**

(J&T Mojoagung Case Study)

*Abstract*

*By:*

Yogi Tri Krisma Saputra

*Supervisor:*

Dr. Siti Zuhroh M.Si

This research is motivated by the level of customer loyalty J&T Mojoagung courier service. The purpose of this study is to determine the application of price perception and brand image can have an impact on increasing customer loyalty. The sample in this study was 80 samples of J&T Mojoagung courier service customers in 2020 with accidental sampling technique. The research instrument used a questionnaire and analyzed using the SPSS version 24 analysis tool. The results of this study indicate that the increase in customer loyalty of J&T Mojoagung courier services is caused by the creation of price perceptions in accordance with customer wants and needs. Likewise, the increase in customer loyalty of J&T Mojoagung courier services is caused by a brand image that is already in the minds of customers. This research will contribute to the courier service company J&T Mojoagung to create a strategy in an effort to increase and maintain customer loyalty.

Keywords: Price Perception, Brand Image, Customer Loyalty.