



Universitas Mercubuana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*  
Muthoharoh  
44314110047

Analisis Citra Merek GO-JEK (Studi Kasus pada pelanggan GO-JEK di Jakarta Barat).

Jumlah halaman: X + 95 halaman +28 Referensi (1990-2010)

## ABSTRAK

Citra Merek merupakan seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu dan kumpulan tanggapan tentang sebuah merek yang saling berkaitan, Citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan, pemahaman seseorang tentang sesuatu, GO-JEK adalah layanan transportasi dan layanan jasa yang berbasis on-line yang menjadi pionir di Indonesia, dan total pengguna aplikasi transportasi on-line tertinggi adalah GO-JEK, sangat terlihat jelas dari total pengguna GO-JEK kepercayaan masyarakat terhadap GO-JEK sangat tinggi, dan tingginya pengguna GO-JEK tak lepas dari Citra Merek nya yang melekat di benak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Citra Merek GO-JEK dimata Pelangganya, penelitian ini dilakukan kepada pelanggan GO-JEK di Jakarta Barat, dari berbagai profesi, penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian studi kasus.

Hasil dari penelitian ini yaitu GO-JEK adalah transportasi yang berbasis on-line yang menawarkan layanan jasa terlengkap, termurah, transportasi on-line yang mengutamakan konsumennya, hal ini terbukti dengan adanya program reward yang disebut dengan GO-POINTS yang di berikan pada konsumennya. pemimpin jasa kurir makanan atau yang biasa disebut dengan GO-FOOD.

**Keyword: Citra Merek, Go-jek.**