

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh bentuk logo, warna logo, tipografi dan kualitas pelayanan terhadap citra merek pada PT. Gojek Indonesia. Terdapat empat variabel bebas yaitu bentuk logo, warna logo, tipografi dan kualitas pelayanan yang ingin diketahui seberapa besar pengaruh variabel tersebut terhadap citra gojek sebagai variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas dengan metode purposive sampling. Populasi penelitian adalah pengguna Gojek di Semarang. Pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif dengan media angket. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 115 responden. Penelitian ini menguji hipotesis dengan menggunakan Paket Statistik untuk Ilmu Sosial (SPSS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tipografi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Sedangkan bentuk logo dan warna logo tidak berpengaruh signifikan terhadap citra merek. Kualitas pelayanan sebagai variabel dominan yang mempengaruhi citra merek.

Kata Kunci: Bentuk Logo, Warna Logo, Tipografi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek