

ABSTRAK

PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Bandung bergerak dalam jasa pengiriman yang tentunya harus mampu untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat Jalur Nugraha Ekakurir tidak dapat hanya mengandalkan pengembangan jasa semata, melainkan dituntut untuk menjalin hubungan baik dengan para pengguna jasa atau nasabah melalui peningkatan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen JNE kota Bandung dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi sederhana.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa tanggapan terhadap responden mengenai *brand image* terhadap loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan dengan tingkat yang kuat. Besarnya pengaruh brand image terhadap loyalitas pelanggan sebesar 76,3%, sisanya (100%-76,3%) sebesar 23,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Brand Image*, Loyalitas Pelanggan dan JNE di Kota Bandung