

ABSTRAK

Trend e-commerce yang meningkat, memberikan peningkatan penggunaan jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman barang menggunakan berbagai strategi untuk menarik minat konsumen, termasuk juga peningkatan *brand image*. Tapi hal yang terjadi pada brand image TIKI adalah terdapat penurunan brand image, yang dikhawatirkan akan menurunkan minat konsumen menggunakan TIKI. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* terhadap *intention* pada jasa pengiriman barang PT TIKI dengan *attitude* konsumen sebagai mediator dan bertujuan menghitung seberapa besar pengaruh dari *attitude* konsumen sebagai mediator antara *brand image* dan *intention*.

Studi dalam penelitian ini ditujukan kepada konsumen yang telah menggunakan jasa pengiriman barang yang disediakan PT TIKI di Bandung. Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausal, dengan responden sebanyak 100 orang. Responden berasal dari konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang PT TIKI. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Kemudian skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Pengambilan sampling menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah path analisis.

Pengaruh *brand image* terhadap *intention* yang dimana *attitude* konsumen sebagai mediator memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *attitude*, serta *attitude* juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *intention* secara parsial dan simultan. Sedangkan *attitude* konsumen sebagai mediator juga menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan yang didapat dengan menggunakan uji sobel. Besarnya pengaruh *brand image* terhadap *attitude* adalah 46.7% dan sisanya 53.3% dipengaruhi oleh faktor lain, sedangkan besar pengaruh *attitude* terhadap *intention* sebesar 55.8% dengan 44.2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Keyword: *Brand Image, Consumer Attitude, Intention*
