

ABSTRAK

Akhir-akhir ini sejalan dengan perkembangan jaman, kebutuhan manusia akan transportasi semakin meningkat.. Indonesia sebagai negara yang berpenduduk ke-3 terbesar di dunia menyebabkan kebutuhan akan transportasi menjadi hal yang penting bagi masyarakat di Indonesia. Hal inilah yang menyebabkan semakin banyak munculnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi, salah satunya adalah perusahaan jasa taksi.

Persaingan yang ketat pada bisnis ini mengharuskan mereka meningkatkan kualitas pelayanan mereka kepada konsumen, salah satu cara yang mereka gunakan adalah menggunakan mobil sedan baru yang cukup nyaman. Toyota Astra Motor sebagai perusahaan dealer Mobil Toyota Soluna merasa mengalami masalah dengan adanya fenomena ini yaitu dipergunakannya mobil Toyota Soluna sebagai taksi secara ilegal, yang cukup membuat gerah Toyota Astra Motor. Akan tetapi pada akhirnya Toyota Astra Motor memperbolehkan atau melegalkan mobil tersebut dipergunakan sebagai taksi, dan tetap optimis pada target penjualan mereka.

Mobil Toyota Soluna merupakan mobil yang diperuntukkan bagi mereka yang aktif dan dinamis, sehingga dengan dipergunakannya mobil tersebut sebagai taksi tentunya tidak lagi bagi mereka yang aktif dan dinamis akan tetapi sudah menjadi milik umum. Hal ini akan berdampak pada persepsi konsumen terhadap merek tersebut, sehingga diperlukan suatu penelitian untuk meneliti dampak pada *brand image* mobil Toyota Soluna setelah dipergunakan sebagai taksi.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti atau mengetahui apakah setelah dipergunakan sebagai taksi *brand image* mobil Toyota Soluna mengalami penurunan atau tetap bertahan, sehingga diharapkan dapat menjadi masukan bagi Toyota Astra Motor berkaitan dengan kebijakan mereka yang memperbolehkan mobil Toyota Soluna sebagai taksi.