

ABSTRAK

Analisis Brand Image Coffee Shop Janji Jiwa Di Kota Padang

Oleh: Aidil Irvan

Penelitian ini berawal dari observasi peneliti di *coffee shop* Janji Jiwa, peneliti menemukan beberapa permasalahan terkait *brand image*. Dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu konsumen Janji Jiwa mengatakan, bahwa kopi janji jiwa merupakan salah satu brand kopi ternama yang banyak dikunjungi oleh kalangan remaja maupun pengusaha cita rasa kopi yang disajikan membuat konsumen ingin kembali menikmati, akan tetapi kopi Janji Jiwa di Kota Padang berbeda dengan yang ada di Pekanbaru, rasa yang di sajikan juga berbeda dengan yang di Pekanbaru. Permasalahan lainnya yaitu pada citra konsumen tidak terpenuhinya gaya hidup untuk berbincang bisnis di Janji Jiwa karena terlalu bising sehingga konsumen tidak dapat fokus. Rasa produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan expektasi konsumen. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan data kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel mandiri yaitu *brand image*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Janji Jiwa, dengan total sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskripsi untuk memperoleh gambaran distribusi frekuensi data yang mencakup nilai maksimal, minimal, mean, median, dan standar deviasi dengan bantuan microsoft excel dan SPSS. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 sampel, dengan menggunakan SPSS. Diketahui bahwa penilaian konsumen mengenai *brand image* sebesar 63% pada rentang 2.51 – 3.25 dengan kategori baik. *Brand image* di *coffee shop* Janji Jiwa dapat dilihat dari 3 indikator yaitu (1) Citra Perusahaan 41% responden mengatakan baik, (2) Citra Konsumen 45% responden mengatakan baik, (3) Citra Produk 48% responden mengatakan baik. Hal ini dapat dikatakan bahwa *brand image coffee shop* Janji Jiwa di Padang berada pada kategori baik, akan tetapi belum berada dikategori sangat baik.

Kata kunci : *Brand Image, Citra.*