ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE COFFEE SHOP RIMBUN ESPRESSO & BREW BAR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIKALANGAN MAHASISWA KOTA PADANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang

DIAN HARINI
18135011

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMENT PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE COFFEE SHOP RIMBUN ESPRESSO & BREW BAR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIKALANGAN MAHASISWA KOTA PADANG

Nama	: Dian Harini
NIM/BP	: 18135011/2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing

Dr. Kasmita, S.Pd, M. Si
NIP. 197009242003122001

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul	: Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Dikalangan Mahasiswa Kota Padang
Nama	: Dian Harini
NIM/BP	: 18135011/2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. Ketua	: Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si	1.
2. Anggota	: Youmil Abrian, SE, M.M	2.
3. Anggota	: Nidia Wulansari, M.M	3.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl.Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : kkunp.info@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Dian Harini
NIM	: 18135011/ 2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

"**Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Dikalangan Mahasiswa Kota Padang"** adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya dari orang lain. Apabila terbuki saya melakukan plagiat, saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan dengan rasa tanggungjawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, Agustus 2022

Diketahui,
Ketua Departemen Pariwisata

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 197612231998031001

Saya yang menyatakan,

Dian Harini
NIM. 18135011

ABSTRAK

Dian Harini. 2022. Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen di Kalangan Mahasiswa Kota Padang.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketidakpuasan pelanggan terhadap Coffee Shop Rimbun Espresso Brew & Bar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Analisis Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang melakukan kunjungan di Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar. Teknik sampling menggunakan *purposive random sampling* dengan jumlah sampel 305 responden. Teknik analisis data dalam penelitian adalah deskripsi data, analisis regresi logistik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini didapatkan 1) Variabel X (Brand Image) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 41,4% dengan kategori cukup mempercayai atau yakin terhadap brand Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar dan sisanya 58,6% tidak mempercayai atau tidak yakin terhadap brand Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar. 2) Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 45,6% mahasiswa cukup puas dengan Coffee Shop Rimbun Espresso Brew & Bar dan sisanya 54,4% mahasiswa tidak puas terhadap Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar. 3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara brand image terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar sebesar 41,4% sedangan 58,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Brand Image, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "***Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Dikalangan Mahasiswa Kota Padang***". Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Di dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd.,Ph. D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS.,M.Sc., selaku Ketua Jurusan Pariwista Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dr.Kasmita, S.Pd,M.Si, selaku Penasehat Akademik sekaligus pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penelitian skripsi ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Youmil Abrian, SE, M.M, selaku penguji skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penelitian skripsi ini.
5. Ibu Nidia Wulansari, SE, M.M , selaku penguji skripsi yang telah memberikan arahan, kritik da saran dalam penelitian skripsi ini.

6. *Staff* administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi surat-surat yang diperlukan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Parwisisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. Karyawan Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Kota Padang yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa kedua orang tua serta keluarga besar yang selalu memberi dukungan baik berupa moril maupun materi.

Skripsi ini masih perlu penyempurnaan, oleh karena itu saran dan masukan yang sifatnya membangun sangat diharapkan. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Agustus 2022

Dian Harini
NIM.18135011

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN.....ii
HALAMAN PENGESAHAN.....iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....iv
ABSTRAK.....v
KATA PENGANTAR.....vi
DAFTAR ISI.....viii
DAFTAR TABEL.....x
DAFTAR GAMBAR.....xi
DAFTAR LAMPIRAN.....xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang..... 1
B. Identifikasi Masalah..... 9
C. Batasan Masalah.....9
D. Rumusan Masalah..... 9
E. Tujuan Penelitian.....10
F. Manfaat Penulisan..... 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Aspek Teoritis..... 13
1. Brand Image..... 13
2. Kepuasan Konsumen.....18
3. Coffee Shop.....20
B. Kerangka Konseptual..... 21
C. Hipotesis.....22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....23
B. Tempat dan Waktu Penelitian..... 23

C. Variabel Penelitian..... 23
D. Definisi Operasional Variabel..... 24
E. Populasi dan Sampel Penelitian..... 24
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data..... 26
G. Instrumen Penelitian..... 27
H. Uji Coba Instrumen..... 29
I. Teknik Analisis Data..... 33
1. Deskripsi Data..... 33
2. Regresi Logistik..... 33

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian..... 37
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden..... 37
2. Analisis Deskripsi Variabel Brand Image..... 38
3. Analisis Regresi Logistik..... 41
B. Pembahasan..... 47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan..... 52
B. Saran..... 52

DAFTAR PUSTAKA..... 54
LAMPIRAN..... 54

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. Hasil Observasi Awal Terhadap Konsumen Rimbun Espresso & Brew Bar.....6
2. Konten Analisis Keluhan Konsumen..... 7
3. Perbandingan Harga Coffe Shop di Sekitar Rimbun Espresso & Brew Bar.....8
4. Jumlah Kunjungan Konsumen Rimbun Espresso & Brew Bar.....25
5. Tabel Skoring Skala Guttman..... 28
6. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian..... 28
7. Hasil Uji Validitas Brand Image..... 30
8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....31
9. Reliabilitas Brand Image..... 32
10. Reliabilitas Kepuasan Pelanggan..... 32
11. Kriteria Penelitian Jawaban Responden..... 34
12. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden..... 37
13. Distribusi Frekuensi Usia Responden..... 38
14. Variabel Brand Image.....39
15. Tingkat Pencapaian Responden Setiap Variabel Brand Image..... 39
16. Variabel Kepuasan Pelanggan.....40
17. Tingkat Pencapaian Responden Setiap Variabel Kepuasan Pelanggan..... 41
18. Ringkasan Responden..... 42
19. Kode Variabel Dependen..... 42
20. Overal Model Fit..... 43
21. Klasifikasi.....43
22. Literasi Likelihood..... 44
23. Koefisien Model Omnibus..... 44
24. Pengujian Determinasi Nagelkerke R..... 45
25. Hosmer and Lemeshow Test..... 45
26. Uji P-Value.....46

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1. Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar..... 2
2. Brand Rimbun Espresso & Brew Bar.....4
3. Kerangka Konseptual..... 20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Halaman**

1. Angket Uji Validitas.....55
2. Tabulasi Uji Validitas.....61
3. Out Put Uji Validitas..... 63
4. Angket Penelitian..... 67
5. Tabulasi Penelitian..... 73
6. Out Put Analisis Data..... 81
7. Lampiran Ulasan..... 89
8. Dokumentasi.....94
9. Surat Izin Penelitian..... 95
10. Surat Balasan Penelitian.....96

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan (Muljadi 2012). Salah satu industri pariwisata yang berkembang pesat saat ini adalah *Coffee Shop*. *Coffee Shop* di Indonesia merupakan salah satu sektor pariwisata yang berkembang dengan sangat pesat. Kecendrungan masyarakat di Indonesia untuk mengkonsumsi kopi membuat banyaknya *Coffee Shop* yang bermunculan. *Coffee Shop* menurut Wiktionary (2010:22) dapat diartikan "sebuah cafe kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi yang terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana atau snack, dengan fasilitas yang menunjang di tempat tersebut". Di Indonesia ini sangat banyak terdapat *Brand-Brand Coffee Shop* ternama, yaitu terdapat di salah satu Kota Padang, Sumatera Barat.

Kota Padang merupakan ibu Kota dari Sumatera Barat, oleh karena itu Kota Padang menjadi pusat dari segala kepentingan yang ada di Sumatera Barat. Selain itu di Kota Padang terdapat *Cafe* maupun *Coffee Shop* yang dapat menunjang aktifitas masyarakat saat berada di luar. *Coffee Shop* yang ada di Kota Padang ini tidak hanya menyediakan varian menu kopi saja, akan tetapi juga menyediakan snack untuk menemani konsumen untuk minum kopi. Bukan hanya itu saja, Kota Padang menjadi salah satu Kota di Indonesia yang

memiliki potensi pariwisata yang cukup baik. Hal ini membuat banyaknya wisatawan yang mengunjungi Kota Padang.

Mahasiswa di Kota Padang sudah menjadi kebiasaan dalam mengkonsumsi kopi, yang membuat banyaknya *Coffee Shop* yang ada di Kota Padang semakin berkembang. Salah satu *Brand Coffee Shop* yang ada di Kota Padang adalah Rimbun Espresso & Brew Bar.

Gambar 1. Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar
Sumber : Data Pribadi, (2022)

Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar merupakan salah satu *Brand Coffee Shop* yang ada di Kota Padang. Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar yang di teliti dalam penelitian ini terletak di Jalan KIS. Mangunsarkoro A/10, Jati Baru, Kec. Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat. Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar dapat dikatakan strategis karena berada di tengah kota Padang, dan merupakan salah satu perusahaan kuliner yang bergerak dalam bidang minuman. Hasil penelitian Fauziah Rukmana (2022) mengutarakan bahwa salah satu contoh perubahan di Abad ini yaitu dalam hal

industri yang mengalami perkembangan dramatis, didorong oleh teknologi, globalisasi, kebutuhan konsumen yang berkembang, dan gaya hidup (*Life Style*). Gaya hidup anak zaman sekarang lebih senang berkumpul di tempat-tempat mereka bisa bercerita dan bisa belajar dan mengerjakan tugas dengan baik salah satunya adalah *Coffee Shop.*

Tidak cukup dengan memiliki *brand image* yang bagus di mata masyarakat, pemilik cafe juga harus meningkatkan kepuasan konsumen. *Brand image* memiliki efek yang signifikan pada nilai yang dirasakan konsumen, kepuasan, dan kembalinya konsumen untuk datang ke sebuah cafe. Dengan demikian mengelola sebuah cafe yang konsisten dan memiliki *image* yang berbeda merupakan komponen strategi pemasaran yang penting bagi pemilik cafe, yang pada kenyataannya memiliki pengaruh pada nilai kepuasan yang dirasakan konsumen, (Kurniawan, 2018).

Pada dasaranya kepuasan dan ketidak puasan pelanggan atas sesuatu produk/jasa akan berpengaruh pada pola pikir perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan konsumen setelah terjadinya proses pembelian produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas. Pelanggan tersebut akan lebih memilih untuk mencari informasi pihak penyedia produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkannya, lalu kemudian mereka lebih memilih untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa lain baru tersebut yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasan keinginan mereka dan meninggalkan produk atau jasa yang lama sebelumnya.

Serta pelanggan tersebut tidak akan merekomendasikan produk atau jasa yang dianggapnya tidak mampu memenuhi kepuasan mereka kepada orang-orang disekitarnya.

Rimbun Espresso & Brew Bar pada awalnya bernama Rumah Kopi Nunos yang berdiri sejak tahun 2011 di Kota Padang, dan membuka cabang di Bukitinggi dengan nama *Brand* RMBN (Rimbun), Rimbun Espresso & Brew Bar ini sendiri lahir pada tahun 2014, karena ada perubahan orientasi bisnis oleh pendiri, yaitu ingin lebih menggunakan produk kopi lokal Sumatera Barat sebagai bahan baku dari produk yang disajikannya.

Konsep yang diperlihatkan pada *Coffee Shop* ini adalah tema retro terlihat dari ornamen pintu kayu di bagian atas bersekat dengan kaca dan terdapat juga di bagian depan disediakan juga beberapa meja dan kursi. Menu makanan dan minuman terdiri dari beberapa aneka rasa namun lebih dominan dengan varian kopinya. Harga dari Rimbun Espresso ini mulai dari Rp.16.000-35.000 per menu. Sedangkan makanan di Rimbun Espresso ini mulai dari Rp.15.000-55.000.

Gambar 2. Brand Rimbun Espresso & Brew Bar
Sumber : Data Pribadi (2022)

Sejauh mana mahasiswa mengetahui Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar dilakukan pengumpulan data awal untuk melihat sejauh mana mahasiswa mengetahui keberadaaan Rimbun Espresso & Brew Bar. Hasil observasi awal dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada mahasiswa berkaitan dengan *Brand Image* yag dimiliki oleh Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar.

Menurut Armstrong dalam Putra, dkk (2015:11) "*Brand Image* adalah keyakinan tentang merek tertentu". Suatu citra merek ini dapat dilihat oleh konsumen dari berbagai sisi. Menurut teori indikator dari Biels dalam Jurnal Xian and Gou Liet All (2011:12), Citra Merek terdiri dari tiga komponen yaitu, "citra perusahaan (*corporate image),* citra konsumen (*consumers image*), dan citra produk (*product image*)", ketiga komponen indikator tersebut konsumen dapat melihat bagaimana citra merek dari suatu *Coffee Shop.* Salah satu *Brand-Brand Coffee Shop* yang terdapat di Indonesia adalah Kota Padang.

Salah satu menu andalan dari Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar itu sendiri ialah *Cappuccino Hot/ice*. Ini adalah minuman yang sangat diminati oleh Pengunjung dari Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Kota Padang. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan dengan menyebarkan google form kepada konsumen kota Padang hasil analisis data dapat digambarkan pada tabel.

Tabel 1. Hasil Observasi awal Terhadap Konsumen Rimbun Espresso & Brew Bar

n = 69

No	Indikator	Jawaban Responden		Persentase (%)
1.	Usia Responden	a.	< 19 tahun	14,7
		b.	19-25 tahun	82.42
		c.	25-30 tahun	1,5
		d.	> 30 Tahun	1,5
2.	Responden yang mengenal merek Coffee Shop Rimbun Espresso	a.	Mengenal	47.8
		b.	Tidak Mengenal	52.2
3.	Sumber informasi tentang coffee shop Rimbun Esspresso	a.	Teman	62,8
		b.	Sosial Media	37,2

Sumber :Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1 tergambar bahwa dari 69 responden ternyata sebagian besar mahasiswa (52.2%) tidak mengenal Coffee Shop Rimbun Espresso. Sebagian besar mengenal melalui teman. Pada umumnya yang berkunjung ke Coffee Shop Rimbun Espresso usia 19-25 tahun. Responden yang mengenal Coffee Shop Rimbun Espresso dari teman sebanyak (62,8 %) dan sebagian kecil (37,2%) mengenal dari sosial media.

Hasil observasi hasil konten analisis keluhan konsumen Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar dari dianalisis pada bulan Maret 2022 data didapatkan dari ulasan google selama tiga tahun terakhir dapat digambarkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 2. Konten Analisis Keluhan Konsumen

n = 28

NO	Keluhan Pelanggan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	Rasa	6	21,4
2.	Harga	5	17,6
3.	Karyawan	1	3,6
4.	Pelayanan	2	7,1
5.	Kenyamanan	7	25
6.	Menu	1	3,6
7.	Area	6	21,4

Sumber :Olahan Pribadi (2022)

Berdasarkan tabel 2 di atas didapatkan informasi dari keluhan konsumen yang ada di ulasan google diperoleh informasi bahwa dari 28 responden pada umumnya sebanyak (21,4%) responden menyatakan rasa yang kurang dan area sulit parkir. Sebanyak (17,6%) menyatakan harga mahal jika dibandingkan dengan brand lain, sebanyak (25%) menyatakan kuranng adanya kenyamanan dan sisanya menyatakan karyawan yang kurang memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Untuk harga dapat terlihat pada tabel perbandingan harga berikut :

Tabel 3. Perbandingan Harga Coffee Shop di sekitar Rimbun Espresso & Brew Bar

NO	Jenis Minuman	Restoran A (Rp)	Restoran B (Rp)	Restoran C (Rp)	Restoran D (Rp)	Coffee Shop Rimbun Esspreso (Rp)
1.	Cappucino	18.000	22.000	20.000	22.000	30.000
2.	Espresso	12.000	15.000	16.000	15.000	18.000
3.	Americano	17.000	22.000	20.000	18.000	22.000
4.	Es Kopi Susu	17.000	22.000	15.000	18.000	32.000

Sumber : Data Pribadi (2022)

Pada tabel 3 perbandingan harga antara menu yang sama dengan Coffee Shop yang ada di sekitarnya. *Coffee Shop* di atas, yang menyatakan bahwa harga dari Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar relatif lebih mahal dari *Coffee Shop* Lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penelitian ini penting dilakukan dalam rangka menganalisis lebih mendalam aspek Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar terutama penting akan *Brand Image* dari perusahaan tersebut, analisis yang dilakukan dapat memberikan dampak terhadap Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar, serta dapat memberi informasi yang bermanfaat kepada pihak manajemen Rimbun Espresso dapat mengambil kebijakan untuk melakukan perluasan market ke kalangan yang belum mengenal Coffee Shop Rimbun Espresso. Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Dikalangan Mahasiswa Kota Padang"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas, maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Sebagian mahasiswa tidak mengenal Brand Image dari Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew bar Kota Padang.
2. Pelayanan yang kurang dari karyawan.
3. Kurangnya rekomendasi mengenai Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar
4. Suasana tempat yang kurang nyaman.
5. Harga menu relatif lebih mahal dibandingkan di tempat lain untuk menu yang sama.
6. Rasa produk yang ditawarkan kepada konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka peneliti membatasi penelitian ini pada Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Dikalangan Mahasiswa Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1) Bagaimanakah Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Dikalangan Mahasiswa Kota Padang?
2) Bagaimanakah kepuasan konsumen di Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Dikalangan Mahasiswa Kota Padang?
3) Bagaimanakah Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Dikalangan Mahasiswa Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum pada penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus pada penelitian ini adalah untuk:

a. Mendeskripsikan Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Dikalangan Mahasiswa Kota Padang.
b. Mendeskripsikan Kepuasan Konsumen di Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Dikalangan Mahasiswa Kota Padang.
c. Mendeskripsikan Analisis Pengaruh Brand Image Coffee Shop Rimbun Espresso & Brew Bar Terhadap Kepuasan Konsumen Dikalangan Mahasiswa Kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan pada penelitian ini adalah :

1. Bagi Rimbun Espresso & Brew Bar
   a. Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat kepada pihak manajemen Rimbun Espresso & Brew Bar Kota Padang dapat mengambil kebijakan untuk melakukan perluasan market ke kalangan yang belum mengenal Coffee Shop Rimbun Espresso.
   b. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan *Image* dari Rimbun Espresso & Brew Bar.
2. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang
   a. Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadi sebuah informasi yang bermanfaat yang bisa berguna dalam perkuliahan di Jurusan Pariwisata, Prodi D4 Manajemen Perhotelan tentang Coffee Shop dalam mata kuliah manajemen devisi makanan dan minuman.
   b. Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang ilmu pengetahuan di Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
   a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini maka dapat memberi informasi tentang Brand Image Coffee Shop.
   b. Dapat berguna sebagai bahan referensi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.
4. Bagi Peneliti
   a. Penelitian ini digunakan untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan,

selain itu penulis untuk memenuhi persyaratan melakukan penelitian Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang.

b. Menambah wawasan serta mendapatkan ilmu baru dan pengetahuan di bagian *Coffee Shop*, mengetahui tentang *Brand Image.*