

ABSTRAK

ANALISIS *BRAND LOYALTY* PADA KONSUMEN TARU MARTANI 1918 COFFEE & RESTO

Larasati Putri
5161711023

Saat ini aktivitas nongkrong sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat ditandai dengan kemunculan kedai kopi, restoran, dan cafe yang semakin menjamur di Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keinginan untuk mengetahui Analisis *Brand Loyalty* Pada Konsumen Taru Martani 1918 Coffee & Resto. *Brand Loyalty* disini adalah suatu bentuk komitmen atau kesetiaan oleh konsumen untuk melakukan pembelian ulang suatu produk atau layanan yang disenangi di masa mendatang secara konsisten. Kesetiaan pelanggan ikut dipengaruhi dengan bagaimana *Brand Experience* yang didapatkan oleh konsumen, apabila perusahaan dapat memberikan pengalaman dan pelayanan yang baik maka minat belanja konsumen juga akan meningkat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode penelitian yang dipakai adalah observasi dan wawancara.

Narasumber penelitian ini yaitu *Owner, Supervisor* dan konsumen Taru Martani 1918 Coffee & Resto. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek. Hal ini dikarenakan kualitas suatu pelayanan dan produk mempengaruhi keinginan konsumen untuk datang kembali dan merekomendasikan sebuah merek kepada khalayak. Selain itu dengan adanya *Brand Experience* akan membuat konsumen memberikan penilaian tersendiri terhadap pelayanan yang diberikan.

Kata Kunci: *Brand Loyalty, Brand Experience, Konsumen, Merek, Pelayanan*

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMERS' BRAND LOYALTY AT TARU MARTANI 1918 COFFEE & RESTO

Larasati Putri
5161711023

Nowadays, hanging out has become part of the people's lifestyle, marked by the presence of the coffee shops, restaurants and cafes which are increasingly in number in Indonesia, especially in the city of Yogyakarta.

This research is motivated by the desire to know Analysis Of Brand Loyalty on Taru Martani 1918 Coffee & Resto's Customers. Brand loyalty is a form of commitment or loyalty by consumers to consistently repurchase a product or service they like in the future. Customer loyalty is also influenced by how Brand Experience is obtained by consumers, if the company can provide good experience and service then consumer shopping interest will also increase. This study used a qualitative descriptive method with the research methods used were observation and interviews.

The sources for this research are Owners, Supervisor and customers of Taru Martani 1918 Coffee & Resto. The results of this study indicate that Brand Experience has a significant influence on customer loyalty to a brand. This is because the quality of a service and product affects the desire of consumers to come back and recommend a brand to the public. In addition, the existence of Brand Experience will make consumers give their own assessment of the services provided.

Keywords: *Brand Loyalty, Brand Experience, Customers, Brand, Services*