



ABSTRAK

ANALISIS PERAN BRAND LOYALTY PADA CUSTOMER DI KOPI SEMBILAN

Efrem Alfonsho Beneditus Oja
5191711070

Pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia sejak 2016 yang semakin tinggi menjadi latar belakang pada penelitian ini. Hal ini dapat dilihat dari industri kopi yang semakin banyak bermunculan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kopi Sembilan menjadi salah satu *coffee shop* yang berdiri pada tahun 2017 dan semakin diminati oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penjelasan deskriptif tentang peran *brand loyalty* pada *customer* di Kopi Sembilan. Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan metode observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kopi Sembilan sebagai sebuah *brand* telah berhasil membangun hubungan yang kuat dengan *customer* melalui kombinasi aspek emosional, rasional, perilaku dan sosial, serta memberikan dampak positif pada komunitas mereka. Dengan tingkat loyalitas yang tinggi dari *customer* yang ada, diharapkan Kopi Sembilan dapat terus memberikan manfaat kepada *customer* mereka dan terbuka terhadap masukan konstruktif dari *customer* untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka. Dengan demikian, setiap *customer* yang mengunjungi Kopi Sembilan akan merasakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih besar dalam pengalaman mereka.

Kata Kunci: Kopi Sembilan, Brand Loyalty, Customer

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE ROLE OF BRAND LOYALTY TO CUSTOMERS AT KOPI SEMBILAN

Efrem Alfonsho Beneditus Oja
5191711070

The growth of coffee consumption in Indonesia since 2016 which is getting higher is the background of this research. This can be seen from the coffee industry that is increasingly emerging in the Special Region of Yogyakarta. Kopi Sembilan is one of the coffee shops that was established in 2017 and is increasingly in demand by the public. The purpose of this study was to determine a descriptive explanation of the role of brand loyalty in customers at Kopi Sembilan. The approach in this research is a qualitative approach with a case study research method. Data collection in this study using observation, interview and documentation methods. The results of this study indicate that Kopi Sembilan as a brand has succeeded in building strong relationships with customers through a combination of emotional, rational, behavioral and social aspects, as well as having a positive impact on their community. With a high level of loyalty from existing customers, it is expected that Kopi Sembilan can continue to provide benefits to their customers and be open to constructive input from customers to continuously improve the quality of their services. Thus, every customer who visits Kopi Sembilan will feel greater comfort and satisfaction in their experience.

Keywords: *Kopi Sembilan, Brand Loyalty, Customer*