

## Pengaruh persepsi khalayak tentang logo baru Starbucks 2011 terhadap pembentukan Brand Image Product (studi: konsumen Starbucks Perpustakaan Pusat Universitas Indonesia, 2011)

Sitohang, Rosita Veronika, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20296173&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Seperti halnya organisasi lainnya, Starbucks sebagai kedai kopi dunia juga melakukan perubahan demi mempersiapkan dirinya untuk melakukan ekspansi perusahaan ke area bisnis yang lebih luas ke pasar internasional. Salah satu perubahan yang paling mencolok dan dapat dilihat secara langsung oleh masyarakat luas adalah perubahan logo. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui persepsi konsumen Starbucks Perpustakaan Pusat Universitas Indonesia mengenai logo baru tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara persepsi khalayak tentang logo baru terhadap pembentukan brand image product. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis, pendekatan kuantitatif dan bersifat eksplanatif. Pada penelitian ini ditemukan adanya pengaruh yang cukup kuat dan signifikan antara persepsi khalayak tentang logo baru terhadap brand image product.

*As in other organizations, Starbucks as the world's largest coffee company has made changes in preparing itself to make a company's expansion into a wider array of business lines to more international markets. The most visible and publicly noticed change is the changed of the company's logo. For that matter, the researcher would like to find out the perception of Starbucks consumer in the Central Library of University of Indonesia regarding the changing of Starbucks new logo. This research uses a positivist paradigm, quantitative approach and explanative. In this study found a fairly strong influence and significantly between the consumers perception about Starbucks 2011 new logo toward brand image product.*