

Brand personality pada produk Es Kopi Susu Kekinian (studi pada Kopi Janji Jiwa dan Kedai Kopi Kulo) = Brand personality in Es Kopi Susu Kekinian product (study on Kopi Janji Jiwa and Kedai Kopi Kulo)

Nadhifa Falah Ufairah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20499199&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis kopi di Indonesia semakin berkembang sampai dengan saat ini kedai-kedai kopi kekinian semakin tumbuh dan dapat ditemukan dengan mudah pada berbagai kota, sehingga sebuah brand dituntut untuk mengembangkan strateginya pada berbagai media untuk mendekati diri kepada konsumen. Dalam melakukannya, tiap brand menggunakan strategi yang berbeda-beda, salah satunya adalah dengan penggunaan brand personality untuk mempertahankan posisi di benak konsumen. Berdasarkan survei sebelumnya, didapat lima brand Es Kopi Susu Kekinian yang paling sering dipesan, dan dipilih dua brand dengan peringkat tertinggi dengan jumlah pengikut tertinggi pada Instagram, yaitu Kopi Janji Jiwa dan Kedai Kopi Kulo. Melalui makalah non-seminar ini, akan dibahas bagaimana brand personality dari kedua brand tersebut untuk mendekati diri dengan konsumennya.

Coffee shop businesses in Indonesia has developed to the point that we can find a coffee shop almost anywhere in any city. To compete with other coffee shops, a brand is required to develop their strategy at every aspect of the said business to get closer to their customers. In doing so, every brand used a different approach, one of them is by utilizing the brand personality to justify their position in customer`s mind. Using data from previous survey, there are five trending coffee shop brands that are most ordered by people, and we choose two top brands selected by the highest rank on the survey, and the highest amount of Instagram`s followers, which are Kopi Janji Jiwa and Kedai Kopi Kulo. Through this paper, we will discuss how both brands utilized each of their own brand personality to get closer to their customers.