

***ANALYSIS OF BRAND IMAGE, TASTE AND PRODUCT
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF JAKARTA JIWA
COFFEE
(STUDY ON STUDENTS IN SOUTH JAKARTA)***

By Muhammad Farhan Nurrachim

ABSTRACT

This type of research conducted by researchers is a quantitative study that aims to determine Brand Image Analysis, Taste and Product Quality on Customer Satisfaction. This study used a sample of 100 respondents from a student population in South Jakarta who had made at least two purchases at Kopi Janji Jiwa. The sampling technique uses non-probability sampling using purposive sampling. The data collection carried out in this study used an online questionnaire using the Google Form which was then distributed via the LINE, Whatsaap, Instagram and Chat applications personally to respondents who met the criteria. This study uses the PLS (Partial Least Square) analysis technique with the SmartPLS 4.0 application. The results obtained from this study are: (1) Brand Image variable has a positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.253. (2) Taste variable has a positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.363. (3) Product Quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.366.

Keywords : Brand Image, Taste, Product Quality, Customer Satisfaction.

**ANALISIS *BRAND IMAGE*, CITA RASA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI
JANJI JIWA JAKARTA
(STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

Oleh Muhammad Farhan Nurrachim

ABSTRAK

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui Analisis *Brand Image*, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dari populasi mahasiswa di Jakarta Selatan yang pernah melakukan pembelian di Kopi Janji Jiwa minimal dua kali pembelian. Teknik pengambilan memakai non probability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner secara online menggunakan Google Form yang kemudian disebar melalui aplikasi LINE, Whatsaap, Instagram dan Chat secara personal kepada responden yang memenuhi syarat kriteria. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis PLS (Partial Least Square) dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu : (1) Variabel Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *original sample* 0.253.

(2) Variabel Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *original sample* 0.363. (3) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *original sample* 0.366.

Kata Kunci : *Brand Image*, Cita Rasa, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan