

**PENGARUH BRANDING KAREN’S DINER SEBAGAI RESTORAN
KONTROVERSIAL DALAM MENARIK MINAT BERKUNJUNG GENERASI
MILENIAL**

NAOMI NASYA NATHANIA

ABSTRAK

Wisata kuliner saat ini berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan ini didukung dengan perkembangan teknologi yang menyebabkan informasi terkait wisata kuliner dapat beredar dengan cepat. Salah satu wisata kuliner yang marak dibicarakan adalah Karen’s Diner. Restoran dengan pelayanan unik ini hadir di Indonesia dan sempat menuai kontroversi, meskipun begitu masih banyak masyarakat yang ingin berkunjung kesana. Tujuan penelitian ini yaitu mengukur seberapa besar pengaruh branding Karen’s Diner sebagai restoran yang kontroversial dalam menarik minat berkunjung generasi milenial. Penelitian ini menggunakan Teori *Hierarchy of Effects* yang menjelaskan bahwa terdapat beberapa tahapan mental bagi seseorang sebelum akhirnya mengambil keputusan berkunjung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif karena menjelaskan hubungan antara variabel x (branding Karen’s Diner) dengan variabel y (minat berkunjung). Sampel penelitian terdiri dari 70 responden yang merupakan pengguna media sosial yang berusia 24 – 39 tahun, mengetahui berita ataupun informasi tentang kontroversi Karen’s Diner. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi antara kedua variabel dengan angka koefisien regresi yang bernilai positif. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 16,673, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh branding Karen’s Diner sebagai restoran kontroversial dalam menarik minat berkunjung generasi milenial memiliki pengaruh sebesar 80,3%.

Kata Kunci : Branding, Kontroversi, Minat Berkunjung, Teori *Hierarchy of Effects*.

BRANDING KAREN'S DINER INFLUENCES AS A CONTROVERSIAL RESTAURANT IN ATTRACTING VISITING MILLENNIAL

NAOMI NASYA NATHANIA

ABSTRACT

The culinary tour today is growing very rapidly. This development is supported by technological developments that allow information related to culinary tourism to circulate quickly. One of the most celebrated culinary Tours is Karen's diner. This unique restaurant service went to Indonesia and was able to generate controversy, although so many people still wanted to visit. The purpose of this study was to measure the extent of branding Karen's diner as a controversial restaurant of interest in visiting millennials. The study employs a theory of effects that explains that there are some mental stages for a person before making a decision to visit. The study used illustrative quantitative methods because it explains the relationship between x variables (branding Karen's diner) and y variables. The research sample consists of 70 respondents who are 24-hour social media users, either knowing the news or information about the controversy that Karen's diner has. Research shows a correlation between the two variables and regression coefficient Numbers that are of positive value. The t test showed t's value of 16.673, so it can be established that branding Karen's diner as a controversial restaurant interest in visiting millennial generations has an influence of 80.3%.

Keywords: *Branding, Controversy, Visiting interest, Hierarchy of Effects Theory.*