

## RINGKASAN

**Nabila Nur Annisa (08320190124). Analisis Komparasi *Brand Personality* Kopi Olahan (Studi Kasus pada Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa di Kota Makassar). Dibawah bimbingan Ibu Nuraeni dan Bapak Tsalis Kurniawan Husein.**

Bisnis Kedai Kopi atau *Coffee Shop* di Indonesia sangat berkembang pesat seiring meningkatnya konsumsi kopi dalam negeri. Budaya minum kopi kekinian belakangan ini di Indonesia sedang naik daun. Kopi sendiri adalah jenis minuman seduh yang sudah dikenal sejak zaman dulu. Kopi dahulu biasanya menjadi minuman wajib bagi para orang tua, kini kopi juga sudah menjadi minuman favorit anak muda terutama Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa Kedua kedai kopi ini sama-sama sudah meraih *Top Brand* di fase satu 2020. *Brand Personality* (kepribadian merek) adalah serangkaian karakteristik manusia yang diasosiasikan kepada merek Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa yang dapat dibedakan setiap kepribadian masing-masing *brand* kopi tersebut.

Tujuan pada penelitian ini yaitu, (1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa di Kota Makassar. (2) Mengidentifikasi jenis, harga & volume penjualan produk olahan Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa. (3) Mendeskripsikan proses produksi Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa. (4) Menganalisis *Brand Personality* Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa. (5) Menganalisis komparasi *Brand Personality* Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa. (6) Menganalisis pengaruh karakteristik konsumen terhadap *Brand Personality*. Penelitian ini dilaksanakan pada Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa di Kota Makassar. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yaitu 50 konsumen Kopi Kenangan dan 50 Kopi Janji Jiwa yang memiliki kriteria yang digunakan dalam pengambilan responden yaitu konsumen minimal dua kali memesan/membeli dan minimal telah berusia 17 tahun ke atas. Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif, uji beda T-test, dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Rata-rata umur konsumen di Kopi Kenangan yaitu umur 22 tahun sedangkan Kopi Janji Jiwa rata-rata umur 21 tahun. Mayoritas responden Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa berjenis kelamin perempuan. Tingkat pendidikan, dominan pendidikan terakhir SMA yang banyak mengunjungi Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa sedangkan yang paling jarang mengunjungi yaitu pendidikan terakhir S1. Pekerjaan yang terbanyak adalah Mahasiswa. Rata-rata pendapatan/uang saku per bulan untuk konsumen Kopi Kenangan yaitu Rp.2.074.000 sedangkan untuk konsumen Kopi Janji Jiwa rata-rata pendapatan/uang saku per bulan yaitu Rp.1.868.000. (2) Terdapat 16 varian produk Kopi Kenangan dan terdapat 18 varian produk olahan Kopi Janji Jiwa. (3) Proses pengolahan minuman kopi pada Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa yaitu: pemilihan bahan baku yaitu berupa biji kopi, penggilingan hingga menjadi bubuk, kemudian dilakukan pemilihan bahan tambahan berupa varian rasa, dicampurkan dengan bahan tambahan varian rasa sesuai dengan ciri khas racikan Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa, kemudian pengemasan produk menggunakan *cup sealer*, dan produk siap disajikan kepada konsumen. (4) Nilai *brand personality* Kopi Kenangan sebesar 2.673, nilai tersebut berada pada kategori baik, dan nilai *brand personality* Kopi Janji Jiwa sebesar 2.322, nilai tersebut berada pada kategori cukup baik. (5) Uji beda menggunakan *Independent Sample T-test* menunjukkan nilai p sebesar 0,00 lebih kecil dari pada 0,05 maka terdapat perbedaan *Brand personality* antara Kopi Kenangan dan Janji Jiwa. (6) Hasil regresi menunjukkan jenis kelamin (X1), usia (X2), pendidikan (X3), pekerjaan (X4) dan pendapatan (X5) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap *brand personality* (Y) Kopi Kenangan, dan Kopi Janji Jiwa.

**Kata Kunci : Komparasi, Brand Personality, Pengaruh, dan Kopi Olahan.**