

ABSTRAK

Dough Deli sudah beroperasi sejak 5 April 2021. Dough Deli merupakan salah satu dessert café di Kota Bandung yang berdiri saat masa pandemic dan bisa bertahan sampai saat ini. Dough Deli pertama kali berdiri di Jl. Palasari No. 45. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan yang terjadi dalam kegiatan usaha ini yaitu terdapat pada penurunan jumlah konsumen yang berkunjung pada tahun 2023. Permasalahan tersebut diduga karena Dough Deli untuk toko yang lama tempatnya cukup kecil, sehingga konsumen tidak dapat bersantai lama di toko Dough Deli.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Persepsi Konsumen Terhadap *Brand Image* Dough Deli di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus (*case study*) dan bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta teknik pengumpulan data sekunder diperoleh dari sumber buku-buku dan jurnal. Informan yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 6 informan yang terdiri dari 1 pemilik Dough Deli dan 5 konsumen Dough Deli.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dough Deli mengalami penurunan jumlah konsumen disebabkan karena tempat lama Dough Deli kecil. Hal ini ditandai dengan hasil wawancara peneliti kepada informan yaitu konsumen, rata-rata konsumen mengatakan bahwa tempat lama Dough Deli itu kecil sehingga memengaruhi persepsi mereka untuk berkunjung.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, *Brand Image*

ABSTRACT

Dough Deli has been operating since April 5, 2021. Dough Deli is one of the dessert cafes in Bandung City which was founded during the pandemic and has survived until now. Dough Deli was first established on Jl. Palasari No. 45. Based on the research result, it is known that there are problems that occur in this business activity, namely a decrease in the number of consumers visiting in 2023. This problem is thought to be because Dough Deli for the old store is quite small, so consumers cannot relax for long time in the Dough Deli store.

The purpose of this reseach was to determine Consumer Perceptions of Dough Deli Brand Image in Bandung City. The research method used is a qualitative method with a case study type of research and is descriptive in nature. Primary data collection techniques were carried out using observation, interviews, and documentation, and secondary data collection techniques were obtained from books and journal sources. The informants needed in this research were 6 informants consisting of 1 Dough Deli owner and 5 Dough Deli consumers.

Based on the results of this research, it shows that Dough Deli has experienced a decline in the number of consumers because Dough Deli's old location was small. This is indicated by the results of the researcher's interviews with informants, namely consumers, on average consumer said that Dough Deli location was small, which influenced their perception of visiting.

Keywords: consumer perception, brand image

ABSTRAK

Dough Deli geus beroperasi saprak 5 April 2021. Dough Deli mangrupa salah sahiji kafé dessert di Kota Bandung anu diadegkeun dina mangsa pandémik sarta salamet nepi ka ayeuna. Dough Deli munggaran diadegkeun di Jl. Palasari No. 45. Dumasar hasil panalungtikan, kanyahoan aya masalah anu lumangsung dina kagiatan usaha ieu téh nya éta aya panurunan dina jumlah pamakéna datang dina taun 2023. Masalah ieu disangka alatan Dough Deli pikeun warung heubeul rada leutik, jadi konsumen teu bisa bersantai lila di warung Dough Deli.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho Persepsi Konsumen ngeunaan Citra Merek Dough Deli di Kota Bandung. Méthode panalungtikan anu digunakeun nya éta méthode kualitatif kalayan jenis panalungtikan studi kasus sarta deskriptif. Ngumpulkeun data primer, téhnik dilaksanakeun ku cara obsérvasi, wawancara jeung dokuméntasi, sarta téhnik ngumpulkeun data sékundér dimeunangkeun tina buku jeung sumber jurnal. Informan anu diperlukeun dina ieu panalungtikan nya éta 6 informan anu diwangun ku 1 Pamilik Dough Deli jeung 5 konsumen Dough Deli.

Dumasar kana hasil panalungtikan. Tina ieu panalungtikan, nuduhkeun yén Dough Deli geus ngalaman nyirorotna jumlah pamakéna alatan lokasi heubeul Dough Deli anu leutik, hal ieu ditandaan ku hasil wawancara panalungtik jeung informan, nyaéta konsumen, rata-rata konsumen nyebutkeun yén tempat Dough Deli heubeul éta leutik, nu mangaruhan persepsi maranéhanana nganjang.

Konci: Persépsi Konsumén, *Brand Image*