

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peranan citra merek dalam membentuk kepercayaan konsumen pada produk KOPI KULO mengingat banyaknya produk kopi dengan berbagai merek yang beredar di Indonesia membuat KOPI KULO berupaya dengan berbagai cara untuk menghadapi para pesaingnya tersebut, salah satunya adalah dengan menciptakan citra merek yang positif pada perusahaan sehingga akan berdampak dengan timbulnya rasa percaya konsumen pada produk KOPI KULO.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengamatan dan wawancara dengan sampel yang dianggap dapat mewakili populasi dari penelitian yaitu mahasiswa dan karyawan yang menggunakan produk KOPI KULO. Pengamatan dilakukan dengan melihat kebiasaan para sampel dalam membeli kopi, sedangkan pengambilan data dilakukan di kampus untuk responden mahasiswa dan di rumah untuk responden karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian, upaya KOPI KULO dalam menciptakan citra merek terbukti mampu membentuk rasa percaya konsumen pada produk KOPI KULO. Upaya yang dilakukan KOPI KULO dalam menciptakan citra merek seperti melakukan kegiatan pemasaran yang efektif, menciptakan inovasi-inovasi baru pada produknya dan mempertahankan kualitas produk.

Kata kunci : Peranan, Citra merek, Kepercayaan konsumen, KOPI KULO, Kopi

## **ABSTRACT**

This study was conducted to analyze the role of brand image in the form of consumer confidence in KOPI KULO products, appreciating a number of coffee products with various brands that are debated in Indonesia, making KOPI KULO support in various ways to improve it, and help develop a positive brand image for the company to impact the emergence of consumer confidence in KULO KOPI products.

In this study, the author uses the method of observation and interviews with samples that are considered to represent research from students and employees who use KOPI KULO products. Observations were made by looking at the habits of the samples in buying coffee, while data collection was done on campus for student respondents and at home for employee respondents.

Based on the research, trying KULO KOPI in creating an image proved to be able to create consumer confidence in KULO KOPI products. The efforts made by KULO KOPI in creating a brand image such as carrying out effective marketing activities, creating innovations in their products and maintaining product quality.

**Keywords:** Role, brand image, consumer trust, KULO COFFEE, Coffee