

ABSTRAK

Kafe, kedai kopi, atau semacamnya merupakan istilah untuk sebuah pendirian yang utamanya menyajikan atau menyeduhkan secangkir kopi dan minuman hangat lainnya. Seperti pada namanya, kafe atau kedai kopi berfokus pada penyajian kopi atau minuman lainnya yang membuat konsumen merasa kenikmatan pada minuman yang disajikan oleh kafe atau kedai kopi tersebut. (Sirgy 1986) berpendapat bahwa Lifestyle Congruence adalah konsep diri konsumen yang sesuai atau selaras dengan brand image yang dibentuk oleh sebuah produk atau jasa. Metode yang dipergunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu dilakukan dengan cara membagikan kuesioner terhadap responden yang sesuai dengan karakteristik sampel dalam penelitian, dan menggunakan data primer. Dalam penelitian ini akan membagikan kuesioner kepada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Surabaya. Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya merupakan salah satu cabang kedai Kopi Janji Jiwa yang merupakan sebuah merek kedai kopi yang berasal dari Indonesia. Kopi Janji Jiwa merupakan perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 2018 dan bergerak sebagai pemilik hak tunggal franchise Kopi Janji Jiwa di Indonesia. Pada model ini telah dikembangkan dalam rangka penelitian Brand Loyalty pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Surabaya. Pada model penelitian kali ini dibentuk oleh beberapa hubungan pengaruh Customer Satisfaction, yang dimana variabel Customer Satisfaction dipengaruhi oleh beberapa variabel antara lain Physical Quality, Staff Behavior, Brand Identification, dan Lifestyle Congruence.