

ABSTRAK

Berkembangnya berbagai makanan di Indonesia membuat para pelaku usaha memanfaatkan peluang untuk menjalankan usaha dibidang kuliner. Bisnis kuliner tidak luput dari adanya persaingan. Mereka harus terus menjaga kualitas produknya, bersaing dalam merek dengan berinovasi menciptakan kesan positif dari konsumen sehingga mereka loyal dan mendatangkan konsumen baru melalui *word of mouth*. Bila seorang konsumen merasa senang dan puas terhadap suatu produk, dampak emosional akan mendorong loyalitas dan *word of mouth* positif meningkat. Setiap sentuhan dari pelanggan atau pengalaman pelanggan memiliki potensi untuk meningkatkan atau mengurangi kekuatan dan nilai dari brand image perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh *word of mouth* terhadap *brand image* J.CO Donuts & Coffee.

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *word of mouth* dan variabel dependen (Y) nya adalah *brand image*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2013 Telkom University dengan jumlah populasi sebesar 254 orang. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*, teknik *random sampling* dan didapat jumlah sampel sebesar 75 responden. Kemudian untuk teknik analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 21.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara signifikan menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap *brand image* J.CO. Hasil koefisiensi determinasi *word of mouth* berpengaruh terhadap *brand image* sebesar 46,7%. Peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menganalisis variabel yang sama yaitu *word of mouth* (X) dan *brand image* (Y) dengan menggunakan metode yang berbeda, supaya dapat diketahui dimensi mana yang cocok berpengaruh lebih signifikan dalam mempengaruhi *brand image* suatu perusahaan.

Kata Kunci: *word of mouth, brand image, J.CO*