

ABSTRAK

Di era perkembangan zaman yang semakin dinamis ini, terjadi banyak perubahan termasuk dibidang kuliner yang semakin pesat. Salah satunya adalah di kota Bandung merupakan termasuk dari tempat wisata kuliner yang sering dikunjungi oleh masyarakat salah satunya *Cocorico Cafe & Resto* terletak di area, Bukit Dago Pakar, Bandung. *Cocorico Cafe & Resto* adalah *Cafe* kebun yang mempunyai pemandangan dari puncak bukit Kota Bandung. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan secara umum mengenai perkembangan pemasaran di bidang kuliner dalam meningkatkan minat konsumen untuk menikmati kuliner *Cocorico Cafe & Resto* di Bandung.

Metode penelitian yang digunakan dengan jenis penelitian deskriptif dan data kuantitatif dimana menggunakan data primer dan data sekunder, dimana menggunakan data primer sebagai data utama yang digunakan dalam penelitian. Data primer yang digunakan adalah kuesioner, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang menjadi sampel dengan sampling Bernoulli untuk mengolah data.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan persepsi konsumen terhadap Brand Image 97,00% yang dapat dikategorikan baik, sedangkan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 73,18% yang dapat dikategorikan baik.

Kata kunci: *Brand Image*, Keputusan Pembelian, *Cocorico Cafe & Resto* di Bandung