

ABSTRAK

Trend kopi susu saat ini sedang marak digemari oleh masyarakat sambil mendatangi *coffee shop* untuk dijadikan tempat berkumpul bersama orang-orang terdekatnya. Maka dari itu, banyak usaha baru di Bandung saat yang membuka usahanya di bidang *coffee shop* yang menimbulkan persaingan *coffee shop* semakin ketat. Salah satu perusahaan *coffee shop* tersebut yang berada di Bandung saat ini yaitu Selatan Jakarta *Coffee*.

Brand Equity menjadi permasalahan yang dimiliki oleh Selatan Jakarta saat ini. Untuk dapat bersaing perusahaan perlu menjadi yang terkuat dibanding dengan para pesaingnya untuk mendapatkan perhatian dari pelanggan yang perusahaan tuju. Merek perusahaan perlu memiliki identitas merek sendiri yang dapat membedakan dengan para pesaingnya dengan mengunggulkan keunikan merek tersebut. Maka dari itu diperlukan langkah-langkah strategi baru oleh Selatan Jakarta untuk meningkatkan *brand equity* tersebut dengan mengetahui status bisnis mereka saat ini melalui metode *PCDL Model*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persaingan *coffee shop* di Bandung, untuk mengetahui kinerja *brand* dengan melihat *PCDL Model* dari Selatan Jakarta, Serta untuk mengetahui *branding strategy* yang dibuat untuk meningkatkan *brand equity* pada perusahaan Selatan Jakarta *Coffee* untuk mengembangkan bisnis perusahaan. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, untuk mendapatkan jawaban diperlukan observasi dan wawancara dengan narasumber dari pihak *coffee shop*, *expert coffee shop*, dan konsumen *coffee shop*.

Kata Kunci: *Coffee Shop*, Persaingan, Ekuitas Merek, Strategi, *PCDL Model*, Pengembangan Business