

## ABSTRAK

Nama merek berbahasa asing digunakan untuk memancing rasa ingin tahu konsumen dan memberi kesan positif pada sebuah produk. *Station Coffee Premium* yang merupakan salah satu *coffee shop* dengan penggunaan nama merek berbahasa asing. Tujuan penelitian ini adalah melihat adakah pengaruh nama merek berbahasa asing terhadap minat beli *Station Coffee Premium* di Kota Lhokseumawe dan seberapa besarkah pengaruh tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah merek bahasa asing (Ariesmendi 2016) dan minat beli (Ferdinand 2006). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Dalam penelitian data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 270 responden yang merupakan konsumen *Station Coffee Premium*. Dari hasil penelitian didapat hasil akhir yaitu, foreign pemberian nama merek berbahasa asing yang dilakukan oleh *Station Coffee Premium* dan minat beli secara keseluruhan termasuk pada kategori baik dengan nilai persentase dari analisis deskriptif masing-masing sebesar 83% dan 81%, dan terbukti jika nama merek berbahasa asing berpengaruh sebanyak 45,5%. Dapat disimpulkan bahwa Nama Merek Berbahasa Asing berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli *Station Coffee Premium* di Kota Lhokseumawe.

**Kata Kunci : Nama Merek Berbahasa Asing, Minat Beli, Coffee Shop, Aceh.**