

ABSTRAK

Pada era sekarang minum kopi menjadi sebuah tren yang dilakukan oleh hampir semua kalangan, terutama di kalangan anak muda. Kopi menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern sehingga kopi menjadi minuman yang sangat populer di dunia termasuk di Indonesia. Kopi Janji Jiwa menjadi kedai kopi paling diminati di Indonesia dengan berada pada peringkat pertama dari antara tujuh kedai kopi lainnya. Janji Jiwa sampai saat ini telah memiliki lebih dari 800 outlet yang tersebar di seluruh kota yang ada di Indonesia termasuk Kota Bandung.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kesadaran merek, dan loyalitas merek terhadap proses keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik sampling menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dimana jumlah responden sebanyak 385 orang. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda yang diolah menggunakan IBM SPSS Versi 26.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini secara keseluruhan berada pada kategori baik. Seluruh variabel bebasnya yaitu citra merek, kesadaran merek, dan loyalitas merek dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu proses keputusan pembelian.

Kata kunci: *Citra Merek, Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Proses Keputusan Pembelian, Kopi Janji Jiwa*