

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data konsumsi minuman kopi di Indonesia (2016-2021).....	3
Gambar 1.2 Data konsumsi minuman kopi di Indonesia (2021-2026).....	4
Gambar 1.3 Berbagai produk yang ditawarkan oleh perusahaan Kopi Kenangan.....	5
Gambar 1.4 Dokumentasi pelatihan yang dilakukan oleh Kenangan Academy.....	6
Gambar 1.5 Peringkat Top Brand Index Kedai Kopi 2022.....	7
Gambar 1.6 Dokumentasi perusahaan Kopi Kenangan menerima penghargaan "Top Digital Public Relation Award 2023" dari INFOBRAND.ID.....	8
Gambar 1.7 Program Dering Kenangan yaitu Kolaborasi antara Kopi Kenangan dan Bell Living Lab.....	9
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	48
Gambar 3.2 Garis Kontinum.....	57
Gambar 4.1 Analisis Screening Question 1.....	63
Gambar 4.2 Analisis Screening Question 2.....	63
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk Kopi Kenangan Selama Satu Bulan.....	66
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Produk.....	67
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Brand Image (X1).....	68
Gambar 4.8 Garis Kontinum Sub Variabel Atribut Produk (product attributes).....	71
Gambar 4.9 Garis Kontinum Sub Variabel Manfaat Bagi Konsumen (consumer benefits).....	73
Gambar 4.10 Garis Kontinum Sub Variabel Sikap Merek (brand attitude).....	75
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Brand Trust (X2).....	76
Gambar 4.12 Garis Kontinum Sub Variabel Viabilitas (viability).....	78
Gambar 4.13 Garis Kontinum Sub Variabel Intensionalitas (intentionality).....	80

Gambar 4.14 Garis Kontinum Sub Variabel Behavior measures.....	82
Gambar 4.15 Garis Kontinum Sub Variabel Measuring switch cost.....	84
Gambar 4.16 Garis Kontinum Sub Variabel Measuring satisfaction.....	86
Gambar 4.17 Garis Kontinum Sub Variabel Measuring liking brand.....	88
Gambar 4.18 Garis Kontinum Sub Variabel Measuring commitment.....	90
Gambar 4.19 Hasil Uji Normalitas.....	91