ABSTRAK

Siska Indriyanti / 21406703 / Analisis Penilaian Citra Perusahaan Oleh Konsumen Pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung / Dibawah Bimbingan Lita Wulantika., SE., M.Si.,

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis eceran atau bisnis ritel di Indonesia merupakan pasar besar. Hal ini menyebabkan semakin terbukanya bisnis ritel yang lebih luas dan persaingan yang semakin ketat terutama di Kota Bandung. Hal ini juga menuntut perusahaan untuk dapat bertahan dan bersaing di dunia bisnisnya. Salah satu yang harus dilakukan perusahaan agar dapat bertahan yaitu dengan meningkatkan citra perusahaannya. Yang saat ini sedang berkembang pesat di Kota Bandung terutama dalam bentuk restaurant.

Restaurant Bumbu Desa sebagai salah satu perusahaan bisnis ritel di Kota Bandung tentu memiliki strategi dalam meningkatkan citra perusahaan agar telihat baik dimata konsumennya di bandingkan dengan restaurant lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Penilaian Citra Perusahaan Oleh Konsumen Pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung.

Metode yang digunakan dalam menyusun Tugas Akhir ini adalah metode penelitian deskriptif atau sering juga disebut dengan penelitian survei. Metode deskriptif yaitu suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan, memaparkan keadaan yang ada di perusahaaan untuk kemudian diolah menjadi data, atau metode yang menafsirkan, menganalisa dan menguraikan data dan informasi secara jelas yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Adapun untuk teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Sampel Secara Random Sederhana (*Simple Random Sampling*) dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden, dan teknik pengumpulan data dengan cara studi lapangan (observasi, kuesioner, wawancara) dan studi kepustakaan (dokumentasi).

Dari hasil analisis dan pembahasan tanggapan responden mengenai Penilaian Citra Perusahaan Oleh Konsumen Pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung, karena menggunakan alat ukur personality, reputation, value, dan corporate identity dinilai mampu bersaing dengan memiliki total skor 3175 dan persentase sebesar 70,6%.

Kata Kunci : Penilaian Citra Perusahaan