# ABSTRAK

Achyar Amin, 2011. *Upaya Mempertahankan Brand Image Produk Pada Depot Rawon Setan Embong Malang Di Surabaya.*

Fokus masalah yang diteliti dalam penelitian skripsi ini adalah bagaimana upaya mempertahankan *brand image* produk pada Depot Rawon Setan Embong malang di Surabaya dan bagaimana dampak setelah terbangunnya *brand image* produk

Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan studi kasus yaitu studi yang bersifat rinci dan mendalam yang diarahkan untuk menelaah masalah atau fenomena yang bersifat kekinian. Latar penelitian ini memiliki karakteristik yaitu kualitatif, penelitian lapangan, instrumen utamanya adalah suatu jenis usaha personal dalam bentuk jenis kuliner dan sifatnya deskriptif. Adapun sumber data penelitian yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisa datanya menggunakan teknik analisa data kualitatif dengan menggunkaan reduksi data, display data, dan verifikasi data. Dengan menggunakan model penelitian tersebut, peneliti dapat menganalisis upaya membangun *brand image* produk pada Depot Rawon Setan di Surabaya.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Depot Rawon Setan dalam mempertahankan *brand image* produknya selalu berupaya untuk selalu memperhatikan strategi pemasaran yang di dalamnya terdiri dari unsur bauran pemasaran yakni : *place* (tempat), *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi) untuk menciptakan kepuasan konsumennya. Maka dapat diperoleh bahwa upaya yang dilakukan oleh Depot Rawon Setan dalam membangun brand image produk selalu memperhatikan:

- Kualitas dan mutu yang dimiliki oleh produknya
- Dapat dipercaya dan diandalkan dengan selalu menjaga kualitas rasa
- Pelayanan dengan selalu memberikan kepuasan konsumen
- Harga dengan memberikan sitem paket dalam pembelian rawonnya
- Image (citra) menjaga, dan melestarikan usaha yang melegenda

Setelah *brand image* terhadap produk sudah terbentuk dengan baik maka berdampak pada kemajuan Depot Rawon Setan dibuktikan dengan banyaknya pengunjung dan bekerja sama dengan perusahaan yang lain.

Kata Kunci : *Brand Image*, produk, strategi pemasaran, bauran pemasaran



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id