

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah Data yang menggambarkan telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan karakteristik responden dalam penelitian ini :

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah usia responden, pekerjaan responden, jenis kelamin.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah | Persentase |
|-------------|---------------|-------------------|
| 18-23 Tahun | 60 | 60.0% |
| 24-29 Tahun | 33 | 33.0% |
| 30-40 Tahun | 7 | 7,0% |

Sumber : Pengolahan data tahun 2022

Dari table 4.1 diatas, diketahui bahwa umur responden mulai dari 18 tahun sampai dengan 30 tahun yang menjadi customer Bongsu Coffee , dan yang paling sering datang adalah usia 18-23 tahun yaitu 60 orang dari 100 responden atau 60%.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah | Persentase |
|-------------------------|---------------|-------------------|
| Mahasiswa | 50 | 50% |
| Pegawai negeri (PNS) | 5 | 5% |
| Karyawan swasta | 25 | 25% |
| Pelajar | 6 | 6% |
| Wiraswasta | 8 | 8% |
| BUMN | 2 | 2% |
| Guru | 1 | 1% |
| Dosen | 3 | 3% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Pengolahan data tahun 2022

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden yang paling sering menjadi customer Bongsu Coffee adalah mahasiswa yaitu sebanyak 50 orang atau 50%.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|----------------------|---------------|-------------------|
| Perempuan | 56 | 56% |
| Laki-Laki | 44 | 44% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Pengolahan data tahun 2022

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjadi pelanggan Bongsu Coffee kebanyakan adalah perempuan dengan presentase 56% sedangkan untuk konsumen laki-lakinya berjumlah 44%.

4.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan definisi operasional variabel pada penelitian ini peneliti membuat 19 kuesioner yang akan diisi oleh pelanggan Bongsu Coffee di Kota Metro. Dari hasil kuisisioner yang disebar dan dinilai oleh responden diperoleh jawaban

sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden

| No | Pertanyaan | Hasil Jawaban | | Jumlah | Persentase (%) | |
|----|---|---------------|-------|--------|----------------|-------|
| | | YA | TIDAK | | YA | TIDAK |
| 1. | Pelanggan Bongsu Coffee | 99 | 1 | 100 | 99% | 1% |
| 2. | Mengetahui Social Media Bongsu Coffee | 99 | 1 | 100 | 99% | 1% |
| 3. | Mengetahui merek Bongsu Coffee | 99 | 1 | 100 | 99% | 1% |
| 4. | Bongsu Coffee merupakan merek produk coffee shop yang pertama kali anda ingat ? | 93 | 7 | 100 | 93% | 7% |

| | | | | | | |
|-----|--|----|---|-----|-----|----|
| 5. | Saya suka desain kemasan Bongsu Coffee | 96 | 4 | 100 | 96% | 4% |
| 6. | Saya puas dengan rasa yang disajikan Bongsu Coffee | 96 | 4 | 100 | 96% | 4% |
| 7. | Kebutuhan kafein saya terpenuhi dengan mengkonsumsi Bongsu Coffee | 91 | 9 | 100 | 91% | 9% |
| 8. | Produk Bongsu Coffee yang pertama kali muncul dibenak saya ketika saya sedang haus | 95 | 5 | 100 | 95% | 5% |
| 9. | Saya puas dengan kualitas bongsu coffee | 97 | 3 | 100 | 97% | 3% |
| 10. | Kemasan Bongsu Coffee tidak mudah rusak | 98 | 2 | 100 | 98% | 2% |
| 11. | Bongsu Coffee memiliki ciri khas | 99 | 1 | 100 | 99% | 1% |
| 12. | Konten Instagram Bongsu Coffee | 97 | 3 | 100 | 97% | 3% |

| | | | | | | |
|-----|---|----|---|-----|-----|----|
| | selalu menginformasikan variasi produk baru | | | | | |
| 13. | Konten Instagram Bongsu Coffee selalu mengadakan promosi atau diskon yang berlangsung | 98 | 2 | 100 | 98% | 2% |
| 14. | Bongsu Coffee selalu menjaga merek dalam mengeluarkan setiap produknya | 99 | 1 | 100 | 99% | 1% |
| 15. | Saya antusias terhadap konten Instagram Bongsu Coffee karena menawarkan produk | 94 | 6 | 100 | 94% | 6% |
| 16. | Saya membagikan konten Instagram Bongsu Coffee kepada orang terdekat | 94 | 6 | 100 | 94% | 6% |
| 17. | Saya senang melihat konten Instagram Bongsu Coffee yang meyekinkan saya | 94 | 6 | 100 | 94% | 6% |

| | | | | | | |
|-----|--|----|----|-----|-----|-----|
| | untuk membeli produk | | | | | |
| 18. | Saya selalu merekomendasikan kepada konsumen lain Ketika membeli produk di Bongsu Coffee | 93 | 7 | 100 | 93% | 7% |
| 19. | Bongsu Coffee menerapkan pengetahuan seputar kopi yang sehat dan aman dikonsumsi | 90 | 10 | 100 | 90% | 10% |

Sumber : Data primer tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.4 maka diperoleh jawaban dari 19 pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada 100 responden yaitu untuk responden yang menjawab Ya tertinggi diperoleh pada beberapa pertanyaan yaitu : pertanyaan 1 , pertanyaan 2, pertanyaan 3, pertanyaan 11, pertanyaan 14 dengan responden sebanyak 99 orang atau 99% menjawab Ya di pertanyaan tersebut dan hasil terendah responden yang menjawab Ya diperoleh pada pertanyaan 19 dengan responden 90 orang atau 90%. Melihat data tabel tersebut maka Bongsu Coffe berhasil membangun Brand Awareness dengan baik terhadap konsumennya.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden diuji dengan uji validitas melalui satu tahap kepada 100 responden. Hasil uji validitas menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS version 25.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Kuisisioner Brand Awareness Bongsu Coffee

| No | ATRIBUT | R_{hitung} | R_{tabel} | Kondisi | Keterangan |
|----|---|--------------|-------------|--------------------------|------------|
| 1. | Pelanggan Bongsu Coffee | 0,022 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 2. | Mengetahui Social Media Bongsu Coffee | 0,414 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 3. | Mengetahui merek Bongsu Coffee | 0,414 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 4. | Bongsu Coffee merupakan merek produk coffee shop yang pertama kali anda ingat ? | 0,403 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 5. | Saya suka desain kemasan Bongsu Coffee | 0,193 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 6. | Saya puas dengan | 0,094 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |

| | | | | | |
|-----|--|-------|-------|--------------------------|-------|
| | rasa yang disajikan Bongsu Coffee | | | | |
| 7. | Kebutuhan kafein saya terpenuhi dengan mengkonsumsi Bongsu Coffee | 0,408 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 8. | Produk Bongsu Coffee yang pertama kali muncul dibenak saya ketika saya sedang haus | 0,183 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 9. | Saya puas dengan kualitas bongsi coffee | 0,324 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 10. | Kemasan Bongsu Coffee tidak mudah rusak | 0,100 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 11. | Bongsu Coffee memiliki ciri khas | 0,414 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 12. | Konten Instagram Bongsu Coffee selalu menginformasikan variasi produk baru | 0,209 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |

| | | | | | |
|-----|---|-------|-------|--------------------------|-------|
| 13. | Konten Instagram Bongsu Coffee selalu mengadakan promosi atau diskon yang berlangsung | 0,170 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 14. | Bongsu Coffee selalu menjaga merek dalam mengeluarkan setiap produknya | 0,414 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 15. | Saya antusias terhadap konten Instagram Bongsu Coffee karena menawarkan produk | 0,407 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 16. | Saya membagikan konten Instagram Bongsu Coffee kepada orang terdekat | 0,177 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 17. | Saya senang melihat konten Instagram Bongsu Coffee yang | 0,465 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |

| | | | | | |
|-----|--|-------|-------|--------------------------|-------|
| | meyakinkan saya untuk membeli produk | | | | |
| 18. | Saya selalu merekomendasikan kepada konsumen lain Ketika membeli produk di Bongsu Coffee | 0,212 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |
| 19. | Bongsu Coffee menerapkan pengetahuan seputar kopi yang sehat dan aman dikonsumsi | 0,397 | 0,195 | $r_{hitung} > r_{tabel}$ | Valid |

Sumber : Pengolahan data tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.5 diatas pertanyaan *brand awareness* terdiri dari 19 butir pertanyaan, didapat nilai r_{hitung} terkecil sebesar 0,022 dan terbesar 0,465 artinya nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,195 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan atribut *brand awareness* valid

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuisioner (angket) tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mengukur digunakan nilai *cronbach's alpha*. Selanjutnya dikonsultasikan dengan besarnya nilai inteprestasi koefisien r . Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25.

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> | Reliabilitas |
|-----------------|-------------------------------|--------------|
| Brand Awareness | 0,606 | Sangat Kuat |

Sumber : Pengolahan data tahun 2022

Berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel *brand awareness* sebesar 0,606 hasil pada uji reliabilitas yang selanjutnya dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien *r*, maka dapat disimpulkan bahwa instrument pernyataan tersebut telah memenuhi syarat reliabilitas dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi.

4.4 Hasil Analisis Data

Dengan menggunakan rumus analisis data *Cochran Q Test* melalui program SPSS 25. Analisis atribut-atribut yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk *brand awareness* Bongsu Coffee dapat dilihat dari 19 pertanyaan yang menyertainya. Hal ini akan diperoleh atribut-atribut yang dominan dan saling berhubungan sebagai pembentuk *brand awareness* dari Bongsu Coffee di Kota Metro sebagai berikut.

4.4.1 Pengujian I

Pengujian I dilakukan dengan menggunakan seluruh atribut *brand awareness* dengan 19 pertanyaan diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.7

Hasil Uji I *Cochran Q Test*

| Test Statistics | |
|-----------------|---------------------|
| N | 100 |
| Cochran's Q | 37.368 ^a |

| | |
|-------------------------------|------|
| Df | 18 |
| Asymp. Sig. | .006 |
| a. 1 is treated as a success. | |

Sumber : Pengolahan data tahun 2022

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 19 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 37.368. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 19 - 1 = 18, diperoleh tabel $X^2 = 28.869$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian I tolak Ho. Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut.

Dengan demikian perlu dilakukan pengujian II dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu : (Bongsu Coffee menerapkan pengetahuan seputar kopi yang sehat dan aman dikonsumsi)

4.4.2 Pengujian II

Dengan menggunakan 18 pertanyaan dan P19(Bongsu Coffee menerapkan pengetahuan seputar kopi yang sehat dan aman dikonsumsi) dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.8

Hasil Uji I Cochran Q Test

| Test Statistics | |
|-------------------------------|---------------------|
| N | 100 |
| Cochran's Q | 30.125 ^a |
| df | 17 |
| Asymp. Sig. | .025 |
| a. 1 is treated as a success. | |

Sumber : Pengolahan data tahun 2022

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 18 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar

30.125 Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 18 - 1 = 17 , diperoleh tabel $X^2 = 27.587$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian I tolak Ho. Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut.

Dengan demikian perlu dilakukan pengujian III dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu (Kebutuhan kafein saya terpenuhi dengan mengkonsumsi Bongsu Coffee)

4.4.3 Pengujian III

Dengan menggunakan 17 atribut dan P7 (Kebutuhan kafein saya terpenuhi dengan mengkonsumsi Bongsu Coffee) dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.9

Hasil Uji I Cochran Q Test

| Test Statistics | |
|-------------------------------|---------------------|
| N | 100 |
| Cochran's Q | 23.803 ^a |
| Df | 16 |
| Asymp. Sig. | .094 |
| a. 1 is treated as a success. | |

Sumber : Pengolahan data tahun 2022

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 10 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 23.803. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 17 - 1 = 16, diperoleh tabel $X^2 = 26.296$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih kecil dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian I diterima Ho. Dimana tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian ada kemungkinan jawaban Ya adalah sama untuk setiap atribut tersebut.

Secara ringkas hasil uji Cochran Q Test dilihat pada tabel 4.10 rekap tahap uji Cochran Q Test terhadap faktor-faktor pembentuk *brand awareness* sebagai berikut :

Tabel 4.10

Hasil pengujian Cochran Q Test Brand Awareness Bongsu Coffee

| No | Cochran Q Test | X2 Tabel | Uji HO | Keterangan |
|----|----------------|----------|---------|---|
| 1. | 37.368 | 28.869 | Ditolak | Mengeluarkan (P19) Bongsu Coffee menerapkan pengetahuan seputar kopi yang sehat dan aman dikonsumsi |
| 2. | 30.125 | 27.587 | Ditolak | Mengeluarkan (P7) Kebutuhan kafein saya terpenuhi dengan mengkonsumsi Bongsu Coffee |

| | | | | |
|----|--------|--------|----------|--|
| 3. | 23.803 | 26.296 | Diterima | Semua jawaban memiliki jawaban YA sama |
|----|--------|--------|----------|--|

Sumber : Data diolah tahun 2022

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa uji Cochran diadakan adalah sebanyak tiga tahap untuk mencari atribut mana yang paling dominan dalam membentuk *brand awareness* Bongsu Coffee. Dari 19 atribut akhirnya didapatkan 17 atribut yang paling dominan dan penting dalam pembentukan *brand awareness* Bongsu Coffee.

Setelah mengetahui atribut-atribut apa saja yang penting, kita dapat membuat ranking peringkat kepentingan atribut-atribut tersebut berdasarkan jawaban “YA” dan “Tidak” yang diberikan oleh responden. Hasil perenkingan dari atribut-atribut tersebut dapat dilihat pada table 4.11

Tabel 4.11

Daftar ranking atribut-atribut *Brand Awareness* Bongsu

| No | Atribut-atribut <i>Brand Awareness</i> | Ya | Tidak | Peringkat |
|----|--|----|-------|-----------|
| 1. | Pelanggan Bongsu Coffee | 99 | 1 | 1 |
| 2. | Mengetahui Social Media Bongsu Coffee | 99 | 1 | 2 |
| 3. | Mengetahui Merek Bongsu Coffee | 99 | 1 | 3 |
| 4. | Bongsu Coffee memiliki ciri khas | 99 | 1 | 4 |
| 5. | Bongsu Coffee selalu menjaga merek dalam mengeluarkan setiap produknya | 99 | 1 | 5 |
| 6. | Kemasan Bongsu Coffee tidak mudah rusak | 98 | 2 | 6 |

| | | | | |
|-----|---|----|---|----|
| 7. | Konten Instagram Bongsu Coffee selalu mengadakan promosi atau diskon yang berlangsung | 98 | 2 | 7 |
| 8. | Konten Instagram Bongsu Coffee selalu menginformasikan variasi produk baru | 97 | 3 | 8 |
| 9. | Saya puas dengan kualitas bongsu coffee | 97 | 3 | 9 |
| 10. | Saya suka desain kemasan Bongsu Coffee | 96 | 4 | 10 |

Sumber : Data diolah tahun 2022

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki peringkat tertinggi adalah Pelanggan Bongsu Coffee berdasarkan proporsi jawaban Ya dan tidak. Hal ini dilakukan guna mengetahui seberapa banyak pelanggan Bongsu Coffee

Dalam penelitian ini atribut pembentuk *brand awareness* Bongsu Coffee adalah Pelanggan Bongsu Coffee, Mengetahui Social Media Bongsu Coffee, Mengetahui Merek Bongsu Coffee, Bongs Coffee memiliki ciri khas, Bongsu Coffe selalu menjaga merek dalam mengeluarkan setiap produknya, Kemasan Bongsu Coffee tidak mudah rusak, Konten Instagram Bongsu Coffee selalu mengadakan promosi atau diskon yang berlangsung, Konten Bongsu Coffee selalu menginformasikan variasi produk baru, Saya puas dengan kualitas Bongsu Coffee, Saya suka desain kemasan Bongsu Coffee.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara bertahap dengan metode Cochran Q Test dan mengeluarkan atribut brand awareness Bongsu Coffee yang memiliki jawaban Ya paling rendah, maka keputusan pengujian berhenti pada pengujian ke III yaitu Ho diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak

terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dan kemungkinan besar jawaban Ya adalah sama untuk setiap atribut.

Dapat diartikan bahwa terdapat 17 atribut pembentuk brand awareness Bongsu Coffee yaitu:

1. Pelanggan Bongsu Coffee
2. Mengetahui Social Media Bongsu
3. Mengetahui Merek Bongsu Coffee
4. Bongsu Coffee merupakan merek produk coffee shop yang pertama kali anda ingat
5. Saya suka desain kemasan Bongsu Coffee
6. Saya puas dengan rasa yang disajikan Bongsu Coffee
7. Produk Bongsu Coffee yang pertama kali muncul dibenak saya ketika saya sedang haus
8. Bongsu Coffee memiliki ciri khas
9. Saya puas dengan kualitas bongsu coffee
10. Kemasan Bongsu Coffee tidak mudah rusak
11. Konten Instagram Bongsu Coffee selalu menginformasikan variasi produk baru
12. Konten Instagram Bongsu Coffee selalu mengadakan promosi atau diskon yang berlangsung
13. Bongsu Coffee selalu menjaga merek dalam mengeluarkan setiap produknya
14. Saya antusias terhadap konten Instagram Bongsu Coffee karena menawarkan produk
15. Saya membagikan konten Instagram Bongsu Coffee kepada orang terdekat
16. Saya senang melihat konten Instagram Bongsu Coffee yang meyakinkan saya untuk membeli produk
17. Saya selalu merekomendasikan kepada konsumen lain Ketika membeli produk di Bongsu

Dengan demikian, ke 17 atribut tersebut merupakan atribut pembentuk brand awareness Bongsu Coffee yang memiliki keunggulan untuk meningkatkan kesadaran merek Bongsu Coffee.

Sedangkan 2 atribut yang lainnya tidak dominan dalam membentuk brand awareness Bongsu Coffee akan tetapi atribut-atribut tersebut tidak menutup kemungkinan juga bisa membentuk brand awareness pada Bongsu Coffee.

Hasil ini menemukan bahwa Top of Mind pertama menyatakan Bongsu Coffee menjadi salah satu Coffee Shop yang menjadi pilihan para pelanggan berdasarkan survei melalui penyebaran quisioner , Brand Recall menyatakan Baper menjadi pilihan kedua jika diingat ingat kembali. Brand Recognition menyatakan dengan signature menu terbaik yang disajikan Bongsu Coffee menjadi all out banyak di kenal oleh pelanggan Bongsu Coffee. Pelanggan mengetahui informasi adanya Bongsu Coffee melalui media sosial. dan Unaware of Brand responden telah mengetahui keberadaan Bongsu Coffee.