

ABSTRAK

Loyalitas tidak dapat hadir begitu saja melainkan harus diperjuangkan oleh sebuah perusahaan. Diperlukan strategi yang tepat dalam untuk menghadirkan loyalitas para konsumennya. Salah satu jalan untuk meraih menciptakan loyalitas konsumen adalah dengan membentuk *brand image* (citra merek) yang baik di mata konsumen. Citra atau asosiasi merepresentasikan persepsi yang bisa merefleksikan kenyataan yang objektif ataupun tidak. Citra yang terbentuk dari asosiasi inilah yang mendasari dari keputusan membeli bahkan loyalitas merek dari konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah *pertama* untuk mengetahui strategi Jogjavanesia Craft dalam membangun *brand image*. *Kedua* untuk mengetahui hasil menggunakan brand Jogjavanesia Craft dan *ketiga* untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam menggunakan brand Jogjavanesia Craft. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan situasi atau kejadian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara atau interview. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa, dalam melakukan strategi *brand image* yang dilakukan oleh Jogjavanesia Craft adalah *pertama* Membuka jaringan seluas-luasnya. *Kedua* Menanamkan persepsi bahwa produk Jogjavanesia Craft karya orang Indonesia dengan bahan yang ramah lingkungan dan strategi yang *ketiga* adalah dengan memproduksi produk yang berkualitas. Kendala-kendala yang dihadapi dalam menggunakan brand Jogjavanesia Craft adalah harus memulai pengenalan perusahaan dari nol. Hal ini dikarenakan tidak mudah untuk mengenalkan sebuah produk yang telah berganti nama Keuntungan dari menggunakan *brand* Jogjavanesia Craft adalah masyarakat mengetahui bahwa produk yang dihasilkan oleh Jogjavanesia Craft merupakan produk asli Indonesia tepatnya di Pulau Jawa. Penggunaan *brand* Jogjavanesia Craft maka masyarakat akan merasa dekat dengan produk-produk *brand* Jogjavanesia Craft.

Kata Kunci: *Brand Image*, Loyalitas dan Jogjavanesia Craft

ABSTRACT

Loyalty can not be present for granted but must be fought by a company. Appropriate strategies are needed to bring the loyalty of its customers. One way to achieve creating customer loyalty is to establish the brand image that is good in the eyes of consumers. Imagery or associations can represent perceptions reflect objective reality or not. The image formed by the association is the background of the decision to buy even the brand loyalty of consumers. The purpose of this study is the first to find out the Jogjavanesia Craft strategy in building brand image. Both use the results to determine the brand Jogjavanesia Craft and third to determine the constraints faced in using to Jogjavanesia Craft brand. This research is descriptive qualitative research, descriptive research aims to describe a situation or event. Data collection techniques used in this study is through interview or interviews. Techniques validity of the data used in this study is the triangulation of data sources. Based on the results of the study it can be concluded that, in pursuing a strategy of brand image was conducted by Jogjavanesia Craft first opening widest network. Both the perception that the product Jogjavanesia Craft Indonesian people work with environmentally friendly materials and third strategy is to produce a quality product. Constraints faced in using Jogjavanesia Craft brand recognition the company is having to start from scratch. This is because it is not easy to introduce a product which has been renamed The advantage of using brand Jogjavanesia Craft is the public to know that the products produced by Jogjavanesia Craft is native to Indonesia precisely in Java. The use of brand Jogjavanesia Craft then people will feel closer to the brand products Jogjavanesia Craft.

Keywords: Brand Image, Loyalty and Jogjavanesia Craft