

## **ABSTRAK**

*Sebagai brand lokal yang merintis perkembangan dunia bisnis coffee shop pertama di Indonesia, Excelso menempatkan dirinya “Menjadi perusahaan kopi biji dan kafe nomor satu, yang dikenal karena memberikan kepuasan pelanggan melalui produk dan jasa terbaik.” Seiring dengan visi tersebut, Excelso mengembangkan bisnis kafanya dengan “Full Service Concept” yang mengutamakan pemberian pelayanan yang bermutu dan berkualitas di setiap outletnya. Untuk lebih menjangkau para pecinta kopi, hingga tahun 2005, Excelso hadir di 11 kota besar di Indonesia dengan ± 40 buah outlet yang siap melayani kebutuhan customernya dengan product dan service yang ditawarkan.*

*Seiring bertumbuhnya bisnis cafe di Indonesia, maka bermunculanlah para pesaing Excelso dalam Industri sejenis. Excelso tidak hanya bersaing dengan brand-brand lokal saja namun juga harus bersaing dengan brand dari luar negeri. Untuk itu, Excelso harus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan untuk bersaing dalam mempertahankan dan menumbuhkan loyalitas dari customernya.*

*Meskipun Excelso telah berhasil memenangkan hati customernya yang loyal di luar daerah seperti di Bandung dan Surabaya, hal ini ternyata kurang mendapat sambutan yang sama dari customer yang ada di daerah Jakarta dan sekitarnya.*

*Untuk itu GFP ini dibuat guna me-research untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya loyalitas customer terhadap brand excelso, baik dari segi customer behavior maupun competitor analysis, kemudian dari temuan tersebut dirumuskan strategi marketing yang tepat dalam menghadapi persaingan dan menciptakan value yang berbeda untuk meningkatkan brand Excelso menuju loyalitas customer.*

**Kata Kunci :** *Brand, Persaingan, Research, Loyalitas customer, Strategi marketing.*