

ABSTRAK

Perkembangan bisnis kuliner di kota Bandung semakin tahun semakin meningkat ditandai dengan banyaknya café, restaurant, usaha-usaha yang bermunculan. Perkembangan industri kuliner yang sangat maju dengan teknologi yang sangat canggih menyebabkan munculnya persaingan yang cukup ketat diantara pelaku usaha kuliner.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang dapat memberikan gambaran tentang analisis SWOT dan *Brand Image* Dino Donuts. Untuk mengetahui analisis *Brand Image* dari sisi manajemen Dino Donuts. Untuk mengetahui *Brand Image* menurut persepsi konsumen Dino Donuts. Jenis penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara dan observasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah konsumen yang mengkonsumsi Dino Donuts, dengan responden sebanyak 100 dan menggunakan teknik sampling *non probability* dan *purposive*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis SWOT, bahwa kondisi internal perusahaan menunjukkan kekuatan dari Dino Donuts sudah baik karena menjadi pioneer donat huruf dan donat dinosaurus. Sedangkan pada kondisi eksternal memiliki peluang untuk menangkap pasar yang tinggi dan terus berkembang agar konsumen loyal. Dilihat dari hasil pengolahan data mengenai variabel *Corporate Image* persentase sebesar 82,25% yang berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan hasil yang diperoleh dibuktikan bahwa variabel *User Image* yang memiliki persentase tertinggi yaitu 82,25% dan persentase tertinggi ari variabel *Product Image* berjumlah 84,75% yang berada di kategori sangat baik hal ini menunjukkan bahwa merek dari Dino Donuts mudah di ingat.

Kata kunci: SWOT analisis, *brand image*, Dino Donuts