

ABSTRAK

Beancang Kopi adalah salah satu *coffee shop* yang telah berdiri sejak tahun 2019, Beancang Kopi merupakan sebuah kedai kopi atau *coffee shop* di Kota Bandung yang menawarkan berbagai produk minuman olahan kopi dan juga makanan dengan konsep tempat yang nyaman. Pada awalnya *coffee shop* ini terletak Di jalan Jl. Cijagra No.17, Kec. Lengkong, Kota Bandung dan memiliki pengunjung yang stabil dan ramai. Namun, karena *coffee shop* ini memiliki beberapa kendala aset di tempat sebelumnya, Beancang Kopi akhirnya memutuskan untuk pindah ke lokasi baru yang sekarang ini berada di jalan Jl, Karees Sapuran No.7 Samoja, Kota Bandung yang sampai saat ini sudah berjalan sekitar 1 Tahun lamanya. Dilihat dari rata-rata pendapatan per-bulannya, *coffee shop* yang berada di lokasi yang baru ini tidak mencapai 50% dari lokasi sebelumnya karena penyebabnya adalah kurangnya pengunjung dikarenakan perpindahan lokasi dari *coffee shop* lama ke *coffee shop* yang baru dan kurangnya juga cara berpromosi dan strategi marketing. Tujuan dari perancangan ini ialah agar mengembalikan minat datang konsumen ke lokasi *coffee shop* yang baru dan turut juga meningkatkan pengunjung serta penjualan Beancang Kopi secara keseluruhan. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dalam mengumpulkan data yang berupa hasil wawancara, dokumentasi, serta hasil observasi dan kemudian juga di analisis menggunakan SWOT. Dalam perancangan ini, penulis membuat strategi kreatif promosi yang sesuai khalayak sasaran demi mengembalikan loyalitas konsumen ke *coffee shop* ini dan meningkatkan penjualan bagi *coffee shop* ini sendiri.

Kata Kunci: Beancang Kopi, Loyalitas, Promosi, Perancangan.