

ABSTRAK

Di Kota Bandung industri pakaian yang bergerak dalam bidang *clothing company* sudah sangat menjamur, hal itu menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat antara bisnis yang sejenis. Persaingan antar perusahaan mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat meraih dan mempertahankan keunggulan bersaing dengan menciptakan ekuitas merek yang tinggi. Dengan ekuitas merek, perusahaan dapat mengukur sejauh mana nilai dari merek perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan yang menerapkan ekuitas merek yang baik adalah Screamous Clothing.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran ekuitas merek di Screamous Clothing Bandung yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek. Metode yang dipilih untuk melakukan penelitian mengenai peran ekuitas merek di Screamous Clothing Bandung ini penulis memilih metode kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Teknik pengumpulan yang digunakan pada penelitian ini yaitu angket, studi pustaka obeservasi, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti keempat elemen dari ekuitas merek berperan positif. (1) *Brand awareness* yang dilakukan oleh Screamous Bandung menyatakan setuju, yaitu dengan jumlah 56,75%. (2) *Brand association* yang dilakukan oleh Screamous Bandung menyatakan setuju, yaitu dengan jumlah 53%. (3) *Perceived quality* yang dilakukan oleh Screamous Bandung menyatakan setuju, yaitu dengan jumlah 51,75%. (4) *Brand loyalty* yang dilakukan oleh Screamous Bandung menyatakan sangat setuju, yaitu dengan jumlah 43,25%.

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Screamous Clothing

ABSTRACT

In the city of Bandung, the clothing industry engaged in the clothing company has mushroomed, which has led to increasingly fierce competition between similar businesses. Competition between companies requires each company to be able to achieve and maintain competitive advantage by creating high brand equity. With brand equity, companies can measure the value of the company's brand. One company that applies good brand equity is Scream Clothing.

The purpose of this study was to determine the role of brand equity in Bandung Clothing namely brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty. The method chosen to conduct research on the role of brand equity in Screamous Clothing Bandung, the authors chose the quantitative method. The approach used in this study is descriptive. This study does not seek or explain relationships, do not test hypotheses or make predictions. And the collection techniques used in this study were questionnaires, library research observations, and documentation.

From the results of research conducted by researchers, the four elements of brand equity play a positive role. (1) brand awareness carried out by Screamous Bandung stated that they agreed, namely with the amount of 56.75%. (2) brand association conducted by Screamous Bandung states that it agrees, namely by the amount of 53%. (3) the perceived quality carried out by Screamous Bandung stated that it agreed, namely with the amount of 51.75%. (4) brand loyalty carried out by Screamous Bandung stated strongly in agreement, namely by the amount of 43.25%.

Keywords: Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty, Creative Clothing