

ABSTRAK

Distro Screamous nyaéta hiji pausahaan kalibet dina widang fashion saprak Méi 29 2004. Prodak Screamous kayaning acuk kaos, lancingan denim, sweaters, jaket, topi, sabuk, sarta sapatu. Dumasar panalungtikan awal masalah konsumen henteu deui ngajadikeun Screamous minangka pilihan utami, nu disababkeun ku konsumen *brand awareness* na peang kumargi *Advertising* anu didamel kirang éféktif.

Padika panalungtikan anu diangge nyaeta deskriptif analisis. Téhnik pendataan nu dianggé nyaéta ulikan pustaka ngawengku observasi lapangan non-pamilon, wawancara, sareng angket. Analisis data ngagunakeun téhnik analisis regresi linier, analisis skor, korelasi, rank spearman, validitas, koéfisién korelasi sareng uji hipotésis.

Hasil uji statistik tina ulikan ieu mangrupa pangaruh positip tina *Advertising* kana *Brand awareness* ka Distro Screamous Bandung tandana ditunjukeun ku persamaan regresi $Y = 2.127 + 0.971 X$, hartina lamun kagiatan *Advertising* didamelkéun sacara optimal mangka *Brand Awareness* kana konsumen lajeng ngawujud. Nilai koefisien korelasi nyaeta 0,583 teras koefisien determinasi saageung 74,48%. Ku kituna *Advertising* gaduh pangaruh dina pawangunan *Brand Awareness* pausahaan, sedengkeun lian na dipangaruhan ku faktor sejen di luar panalungtikan.

Konci : *Advertising, Brand Awareness* (Kasadaran Brand)