

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Mempertahankan *Brand Image* Cosmic Clothes Pada Masyarakat Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apa strategi yang dilakukan oleh cosmic clothes yang merupakan brand produk pakaian lokal kota bandung. Untuk menarik minat masyarakat, metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori Dimensi *Brand Image* oleh Kotler 1994. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi literatur, observasi lapangan, wawancara dengan para informan, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa cosmic clothes telah melaksanakan strategi mempertahankan *brand image* sesuai dengan 5 elemen penting dalam melaksanakan *brand image* menurut Kotler 1994 yaitu: (1) *Brand Identity*, mereka berhasil mengembangkan *brand identity* yang kuat dengan logo "C" dan daun simbolis, serta warna oranye yang memberikan energi pada merek mereka. Mereka juga memanfaatkan tagline unik untuk menciptakan citra merek yang menyenangkan dan kreatif. (2) *Brand Personality*, mereka berhasil membuat *brand personality* yang kuat, ditandai oleh penggunaan warna-warna cerah dan desain yang mencerminkan karakter "cosmic yang colorful." Brand ini juga mengandalkan logo dengan huruf C dan tagline yang mudah dikenali, serta label Cosmic yang konsisten di setiap produk. (3) *Brand Association*, Mereka berhasil menciptakan produk yang unik dengan menggabungkan isu-isu tren seperti karaoke dan seni pixel dalam desain mereka. Brand association ini membantu pelanggan memahami produk dan merek, mempengaruhi keputusan pembelian, dan mempertahankan citra positif. (4) *Brand Attitude and Behavior*, Cosmic Clothes sangat mengedepankan pelayanan pelanggan sebagai kunci utama dalam menjaga pelanggan. Ini mencakup pelayanan online dan customer service yang cepat, solutif, dan baik. Hal ini membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, reputasi merek, dan pertumbuhan pelanggan. (5) *Brand Benefit and Competence*, Cosmic Clothes merek yang memiliki kompetensi unggul dalam industri fashion, menonjolkan kualitas bahan, fitur produk, dan variasi warna. Mereka juga menawarkan manfaat fungsional, emosional, simbolik, dan sosial kepada pelanggan, seperti meningkatkan kepercayaan diri pemakai.

**Kata Kunci:** Cosmic Clothes, Strategi Mempertahankan *Brand Image*, Masyarakat Kota Bandung

## **ABSTRACT**

*This research is entitled "Strategy for Maintaining the Brand Image of Cosmic Clothes in Bandung City Communities." The purpose of this research is to find out what strategies are used by Cosmic Clothes, which is a local clothing product brand in the city of Bandung. To attract public interest, the method in this research is a qualitative research method with a qualitative descriptive approach. In this research, researchers used the Brand Image Dimension theory by Kotler 1994. The data collection techniques used were literature study, field observation, interviews with informants, and documentation. The results of this research show that cosmic clothes has implemented a strategy to maintain its brand image in accordance with the 5 important elements in implementing a brand image according to Kotler 1994, namely: (1) Brand Identity, they succeeded in developing a strong brand identity with the "C" logo and symbolic leaves, as well as the color orange which gives energy to their brand. They also utilize unique taglines to create a fun and creative brand image. (2) Brand Personality, they succeeded in creating a strong brand personality, characterized by the use of bright colors and designs that reflect a "colorful cosmic" character. This brand also relies on a logo with the letter C and an easily recognizable tagline, as well as a consistent Cosmic label on every product. (3) Brand Association, They succeeded in creating unique products by combining trending issues such as karaoke and pixel art in their designs. This brand association helps customers understand products and brands, influences purchasing decisions, and maintains a positive image. (4) Brand Attitude and Behavior, Cosmic Clothes really prioritizes customer service as the main key in maintaining customers. This includes online service and customer service that is fast, solution and good. This helps increase customer satisfaction, brand reputation and customer growth. (5) Brand Benefit and Competence, Cosmic Clothes is a brand that has superior competence in the fashion industry, highlighting the quality of materials, product features and color variations. They also offer functional, emotional, symbolic, and social benefits to customers, such as increasing the wearer's self-confidence.*

**Keywords : Cosmic Clothes, Strategy for Maintaining Brand Image, Bandung City Community.**

## RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan “Strategi Mempertahankan *Brand Image* Pada Masyarakat Kota Bandung”. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha stratégi anu digunakeun ku Cosmic Clothes, anu mangrupa merek produk pakéan lokal di Kota Bandung. Pikeun narik minat masarakat, métode dina ieu panalungtikan nya éta métode panalungtikan kualitatif kalayan pamarekan déskriptif kualitatif. Dina ieu panalungtikan, panalungtik ngagunakeun tiori Brand Image Dimension ku Kotler 1994. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta studi pustaka, observasi lapangan, wawancara jeung informan, jeung dokuméntasi. Hasil tina ieu panalungtikan nuduhkeun yén baju cosmic geus ngalaksanakeun strategi pikeun ngajaga citra merek luyu jeung 5 unsur penting dina ngalaksanakeun brand image nurutkeun Kotler 1994, nya éta: (1) Brand Identity, maranéhanana junun mekarkeun brand image anu kuat. idéntitas kalayan logo "C" sareng daun simbolis, ogé warna oranyeu anu masihan énergi pikeun merekna. Éta ogé ngagunakeun taglines unik pikeun nyiptakeun gambar merek anu pikaresepeun sareng kreatif. (2) Kapribadian Merek, aranjeunna junun nyiptakeun kapribadian merek anu kuat, dicirikeun ku ngagunakeun warna-warna cerah sareng desain anu ngagambarkeun karakter "Cosmis warni". Merek ieu ogé ngandelkeun logo nganggo hurup C sareng tagline anu gampang dikenal, ogé labél Cosmic anu konsisten dina unggal produk. (3) Asosiasi Brand, Aranjeunna suksés nyiptakeun produk anu unik ku ngahijikeun masalah trending sapertos karaoke sareng seni piksel dina desainna. Asosiasi merek ieu ngabantosan para nasabah ngartos produk sareng merek, mangaruhan kaputusan pameseran, sareng ngajaga citra anu positif. (4) Sikep sareng Perilaku Merek, Baju Cosmic leres-leres ngutamakeun layanan palanggan salaku konci utama dina ngajaga konsumén. Ieu kalebet jasa online sareng layanan palanggan anu gancang, solusi sareng saé. Ieu ngabantuan ngaronjatkeun kapuasan customer, reputasi brand jeung tumuwuhna konsumén. (5) Kauntungan Brand jeung Kompeténsi, Cosmic Clothes mangrupikeun merek nu boga kompetensi unggul dina industri fashion, nyorot kualitas bahan, fitur produk jeung variasi warna. Éta ogé nawiskeun mangpaat fungsional, émosional, simbolis, sareng sosial ka para nasabah, sapertos ningkatkeun kapercayaan diri anu ngagemna.

**Kata Kunci:** Cosmic Clothes, Strategi Mempertahankan *Brand Image*, Masyarakat Kota Bandung