

ABSTRAK

Zolaqu merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang Fashion yang sudah berdiri sejak 2018. Zolaqu umumnya menjual baju kaos untuk wanita, tetapi seiringnya berjalan waktu, Zolaqu semakin berkembang dihadapkan kepada tantangan persaingan dengan adanya produk tiruan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya seberapa besar pengaruh produk tiruan terhadap *brand image* pada *brand fashion* Zolaqu itu sendiri. Ada beberapa indikator dari teori produk tiruan yang dapat mengukur untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya terhadap *brand image*, yaitu: *brand conscious*, *personal gratification*, *value conscious*, *price-quality Infrence*, *social influence*, dan *brand Prestige*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang diperoleh yaitu melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik analisis yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, uji korelasi rank spearman, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan produk tiruan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* pada *brand* Zolaqu. Sementara itu, sebagian lainnya dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar variabel yang diteliti. Tingkat hubungan antara produk tiruan dan *brand image* juga menunjukkan keterkaitan yang kuat, sehingga dapat diartikan bahwa perubahan pada keberadaan produk tiruan cenderung diikuti oleh perubahan pada citra merek Zolaqu.

Saran yang bisa peneliti berikan adalah Zolaqu melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas dari produknya tersebut karena hal ini penting untuk memastikan kesesuaian antara harapan konsumen dengan produk yang diterima, sehingga tingkat kepuasan, minat pembelian ulang, serta loyalitas konsumen dapat meningkat. Selain itu, Zolaqu juga perlu melakukan evaluasi terhadap produk agar mampu bersaing dengan produk sejenis yang dinilai memiliki kualitas lebih baik oleh konsumen.

Kata Kunci : Produk Tiruan, Citra Merek

ABSTRACT

Zolaqu is a business engaged in the fashion industry that has been established since 2018. Zolaqu primarily sells women's t-shirts; however, over time, as the business has grown, it has faced increasing competition due to the presence of imitation products.

The purpose of this study is to determine the extent of the influence of imitation products on the brand image of the Zolaqu fashion brand. Several indicators from the theory of imitation products are used to measure their influence on brand image, namely: brand consciousness, personal gratification, value consciousness, price-quality inference, social influence, and brand prestige. The research method used in this study is descriptive analysis with a quantitative approach. The data sources were obtained from both primary and secondary data. The techniques used by the researcher include observation, interviews, and questionnaires. The analytical techniques applied are validity testing, reliability testing, simple linear regression, Spearman rank correlation, coefficient of determination, and hypothesis testing.

The results of this study indicate that the presence of imitation products has a positive and significant influence on the brand image of Zolaqu. Meanwhile, the remaining influence is affected by other factors outside the variables studied. The level of relationship between imitation products and brand image also shows a strong correlation, meaning that changes in the presence of imitation products tend to be followed by changes in Zolaqu's brand image.

The suggestion provided by the researcher is that Zolaqu should continue to innovate in order to improve the quality of its products. This is important to ensure alignment between consumer expectations and the products received, thereby increasing customer satisfaction, repurchase intention, and customer loyalty. In addition, Zolaqu needs to evaluate its products to remain competitive with similar products that are perceived by consumers as having better quality.

Keywords: *Imitation Products, Brand Image*

ABSTRAK

Zolaqu mangrupikeun salah sahiji usaha anu bergerak dina widang fashion anu tos ngadeg ti taun 2018. Zolaqu umumna ngajual kaos awéwé, tapi sapanjang waktu, Zolaqu beuki ngembang sarta kudu nyanghareupan tantangan persaingan kusabab ayana produk tiruan.

Tujuan tina panalungtikan ieu nyaéta pikeun nangtukeun sabaraha gedé pangaruh produk tiruan kana citra mérek (brand image) dina brand fashion Zolaqu éta sorangan. Aya sababaraha indikator tina téori produk tiruan anu dipaké pikeun ngukur naha aya pangaruhna kana citra mérek, nyaéta: kasadaran mérek (brand conscious), kapuasan pribadi (personal gratification), kasadaran nilai (value conscious), pamahaman harga-kualitas (price-quality inference), pangaruh sosial (social influence), jeung gengsi mérek (brand prestige). Méthode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta métode déskriptif analisis kalayan pendekatan kuantitatif. Sumber data anu dicokot nyaéta tina data primér jeung data sekundér. Téknik pangumpulan data anu dipaké ku panalungtik nyaéta observasi, wawancara, jeung kuesioner. Sedengkeun téknik analisis data anu dipaké nyaéta uji validitas, uji reliabilitas, régrési linier sederhana, korelasi rank Spearman, koefisien determinasi, jeung uji hipotesis.

Hasil tina panalungtikan ieu nunjukkeun yén ayana produk tiruan miboga pangaruh anu positif jeung signifikan kana citra mérek Zolaqu. Sedengkeun sabagian séjén dipangaruhan ku faktor-faktor lianna di luar variabel anu diteliti. Tingkat hubungan antara produk tiruan jeung citra mérek ogé nunjukkeun hubungan anu kuat, anu hartina parobahan dina ayana produk tiruan biasana bakal dibarengan ku parobahan dina citra mérek Zolaqu.

Saran anu bisa dipasihkeun ku panalungtik nyaéta Zolaqu kudu ngalakukeun inovasi pikeun ningkatkeun kualitas produkna. Hal ieu penting pikeun mastikeun kasaluyuan antara harepan konsumen jeung produk anu ditarima, sahingga tingkat kapuasan, minat mésér ulang, jeung kasatiaan konsumen bisa ningkat. Sajaba ti éta, Zolaqu ogé kudu ngalakukeun évaluasi kana produkna sangkan mampu bersaing jeung produk sarupa anu dianggap miboga kualitas leuwih hadé ku konsumen.

Kata Kunci: Produk Tiruan, Citra Mérek