

## ABSTRAK

Strategi *branding* adalah manajemen suatu merek dalam membentuk sebuah *brand* serta mengatur dan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen dalam memandang sebuah merek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan meneliti proses strategi *branding* toko sneakers yang mengatur dan mempengaruhi sikap dan perilaku dari konsumen Folk Store dalam upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data ialah melalui wawancara dan observasi. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara mendalam melalui tiga narasumber yang berbeda untuk mendapatkan informasi dan memudahkan peneliti untuk memahami hal yang diteliti. Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi partisipatif, dengan tujuan mengetahui apa saja aktivitas dari seluruh proses strategi *branding* dari toko *sneakers* Folk Store. Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa strategi *branding* yang dilakukan oleh toko *sneakers* Folk Store dalam meningkatkan kepercayaan konsumen antara lain, melakukan *branding* melalui saluran media sosial untuk menimbulkan *brand awareness* kepada konsumen. Pelayanan yang prima di dalam toko juga menjadi strategi *branding* Folk Store dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Melalui pengalaman berbeda yang diberikan Folk Store, konsumen akan merasakan perbedaan yang didapatkan di dalam Folk Store ketimbang toko lain yang sejenis. Hadir langsung dengan diantara para konsumen, juga merupakan strategi *branding* Folk Store. Melalui pengenalan kepada konsumen yang selama ini belum mengetahui tentang keberadaan Folk Store.

## *Abstract*

*Branding strategies is a brand management in order to create a brand and controlling consumer attitude and behavior when viewing a brand. This research is using the qualitative method of description. Data of the research are gathered with interview and observational technics. The purpose of this research is to describe the branding strategy processes of Folk Store as a sneakers store, in affecting and set the consumer behavior to escalate the trust in them. This research is using the qualitative method of description. Data of the research are gathered with interview and observational technics. The interview is using in-depth interview technic through three different informant. The purpose of this technic is to compile the information and make the researcher understand more about stuffs which is observed in easy way. The observation of this research is using observation participatory technic in order to know about the activities of all of branding strategy at sneakers store, Folk Store. This research shows that Folk Store conducts several activities in order to enhance the consumer trust, i.e. build the branding to create brand awareness of consumer through social media. Good services is another factor of the branding strategies to escalate consumer trust by giving the consumer the experience they never have. Folk Store also attend between the consumer, which is the another strategy of branding from Folk Store to introduce the consumer with the Folk Store.*