

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi harga, dan citra merek pada galei Elzatta bangkalan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi harga pada galeri elzatta bangkalan adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, Dan citra merek pada galeri elzatta bangkalan adalah Jilbab Elzatta memiliki Merek yang mudah di ingat konsumen, Merek Jilbab Elzatta menjadikan diri untuk berpenampilan lebih percaya diri, dan Merek Jilbab Elzatta ini memiliki Simbol, tanda yang berbeda dari merek yang lain.

Kata kunci: strategi harga, citra merek

Abstrack

This study aims to analyze pricing strategy, and brand imge in Elzatta Bangkalan Galerry. The type of this research is descriptive qualitative research using primary data and secondary data. The research technique used is observation, interview, dan documentation. The results of this study indicate that the pricing strategy in Elzatta Bangkalan Galerry is the affordability of price, price conformity with quality, price competitiveness. The brand image of the Elzatta Bangkalan Gallery is the Elzatta hijab has a brand that consumers can remember, the Elzatta headscarf makes it self look more confident, and this Elzatta hijab brand hs a distinct, distinct symbol from the other brand.

Keywords: pricing strategy, brand image