

## ABSTRAK

Pemberian merek berbahasa asing atau *foreign branding* adalah strategi pemberian nama merek dengan pengejaan atau pengucapan dalam bahasa asing tertentu dengan tujuan untuk mempengaruhi dimensi citra merek dan ekuitas merek. Beberapa tahun terakhir strategi *foreign branding* banyak digunakan oleh para pelaku bisnis di Indonesia meskipun produk yang dijual diproduksi di Indonesia bahkan pemilik usaha pun berasal dari Indonesia. Puyo *Silky Dessert* adalah salah satu bisnis yang menggunakan strategi *foreign branding* tersebut. Tujuan penelitian ini adalah melihat adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh *foreign branding* terhadap citra merek pada Puyo *Silky Dessert* di Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 270 responden yang mengetahui merek Puyo *Silky Dessert*.

Dari hasil penelitian didapatkan hasil akhir yaitu, pemberian merek berbahasa asing yang dilakukan oleh Puyo *Silky Dessert* dan citra mereknya berada pada kategori baik dengan nilai persentase hasil analisis deskriptif masing-masing sebesar 77.35% dan 76.95%. Dari perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil 52.2% sebagai pengaruh merek berbahasa asing terhadap citra merek. Dapat disimpulkan bahwa pemberian merek berbahasa asing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra merek Puyo *Silky Dessert* di Bandung.

Kata Kunci : Nama Merek, Merek Bahasa Asing, Citra Merek, *Branding*