

ABSTRAK

Proposal ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen saat memilih suatu *brand* dengan menggunakan *customer value* dan mengetahui tingkat kinerja dari *startup* Bearnice. *Brand* lokal terus mengalami kemajuan di industri fesyen tetapi dengan adanya pandemi Covid-19, lokal brand mengalami penurunan penjualan yang sangat pesat dikarenakan para *entrepreneur* atau pelaku usaha tidak mengerti apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan bagaimana meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh sebab itu, diperlukannya pengenalan terhadap apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan bagaimana tingkat kinerja perusahaan harus ditingkatkan. Sumber data yang digunakan di ambil dari survei, jurnal dan artikel yang tersedia di buku dan internet. Metode digunakan untuk mengelola data menggunakan data kuantitatif yang menggunakan *non- probability* sampling berjenis *purposive* sampling yang berasal dari konsumen & followers Bearnice dan hasil dari penelitian ini akan memberikan pengertian mengenai faktor yang mempengaruhi tingkat kinerja perusahaan berdasarkan atribut *customer value*. Dari hasil penelitian, *Functional value* merupakan variabel terkuat yang dimiliki oleh kinerja *brand* Bearnice dan *emotional value* adalah kelemahan dalam perusahaan Bearnice.

Kata kunci: Fesyen, *Customer value*, *Social value*, *Emotional value*, *Functional value*, kinerja *value* Bearnice