

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif milenial Bandung lebih memilih menggunakan produk lokal dan mengetahui apa motif milenial Bandung menggunakan produk lokal. Karena beberapa tahun belakangan ini, produk lokal brand di Indonesia kembali menjadi sorotan di masyarakat yang mengalami peningkatan peminat sangat pesat. Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif terhadap motif penggunaan brand lokal pada generasi milenial di kota Bandung. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam dan mengambil 3 informan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti melihat adanya dua motif yang mendasari para informan dalam menggunakan lokal brand yaitu motif masa lalu dan motif masa depan. Faktor lain sebagai pendukung dorongan yaitu dorongan dari media sosial dan dorongan untuk mempengaruhi orang lain. Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu referensi untuk masyarakat Kota Bandung khususnya para pelaku industri fashion dan para Generasi Milenial Kota Bandung agar saling mendukung satu sama lain industri ini dan selalu mengapresiasi karya anak bangsa dengan cara membeli produk lokal.

**Kata kunci** : motif, generasi milenial, industry fashion, lokal brand, produk lokal