

ABSTRAK

Perkembangan dunia *fashion* terus mengalami kemajuan sehingga menghasilkan berbagai *trendmode* dan gaya. Hal ini tidak luput kemajuan teknologi dan media sehingga berbagai mode dan gaya pakaian terus mengalami perkembangan, salah satunya adalah GVFI. GVFI merupakan merek *fashion* dan gaya hidup alternatif dari kota Bandung yang menyajikan pilihan kebutuhan *fashion* yang lengkap mulai dari penutup kepala, atasan, bawahan, alas kaki dan aksesoris lainnya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif analisis. Responden yang menjadi objek penelitian ialah responden yang pernah membeli produk GVFI. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Terdapat pengaruh yang positif terkait variabel kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk GVFI yaitu sebesar 79,4%, dan sisanya sebesar 20,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor dan variabel lain.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian, GVFI