

## ABSTRAK

Rown Division merupakan sebuah distro yang menjual *clothing* dan *apparel* pria maupun wanita di kota Solo. Rown Division berdiri sejak tahun 2007 dan terus berkembang sampai sekarang. Rown Division ditetapkan menjadi *clothing brand* terbesar di Kota Solo dan salah-satu distro terbaik di Indonesia. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, semakin banyak distro yang bermunculan di Indonesia, khususnya di kota Solo . Hal tersebut dapat mendorong distro Rown Division untuk meningkatkan kualitas produk dan promosi agar dapat memenangkan persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk, brand image dan promosi untuk meningkatkan keputusan pembelian distro Rown Division di kota Solo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko distro *clothingline* ROWNDIVISION dengan syarat minimal satu kali dalam kurun waktu tahun 2020. Metode penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dimana sampel yang digunakan sebanyak 110 responden. Data diperoleh dari kuesioner yang kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* melalui program AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 4 hipotesis yang diajukan, semua hipotesis berhasil diterima secara positif dan signifikan. Kualitas produk, brand image, dan promosi, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kemudian, minat beli ulang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

*Kata Kunci : Kualitas Produk, Brand Image, Promosi, Minat Beli ulang, Keputusan Pembelian, Distro ROWN DIVISION*