

## ABSTRAK

Peningkatan penjualan mobil dari tahun ke tahun mencerminkan kebutuhan akan alat transportasi terutama mobil semakin meningkat yang berdampak pada banyaknya inovasi yang dilakukan oleh produsen mobil untuk memperoleh konsumen. Salah satu inovasinya adalah membuat mobil murah dan ramah lingkungan atau mobil *low cost green car* (LCGC) yang penjualannya semakin meningkat dan diminati oleh konsumen. Dalam proses keputusan pembelian didalamnya dipengaruhi perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara simultan dan parsial serta variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mobil LCGC di Kota Bandung .

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dari jenis penelitian kausal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil LCGC di Kota Bandung. Secara parsial faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil LCGC di Kota Bandung tetapi faktor budaya memiliki arah hubungan negatif. Sedangkan, faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil LCGC di Kota Bandung. Faktor psikologis merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil LCGC di Kota Bandung.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, *Low Cost Green Car*