

ABSTRAK

Gaya hidup dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap produk-produk saat ini. Gaya hidup juga merupakan sebagai acuan untuk memilih produk yang cocok dan sesuai dengan gaya hidup konsumen tersebut, sehingga membentuk pola perilaku tertentu untuk memutuskan membeli sebuah produk. Para pengguna velg Enkei Jepang pada acara *Japanese Wheels Meet Up* yang sebagian besar belum memiliki pendapatan tetap lebih menyukai velg tersebut karena harganya yang relatif lebih murah dibandingkan velg Jepang lainnya. Namun kenyataannya, walaupun acara tersebut didominasi oleh peserta yang belum memiliki pendapatan tetap, velg Enkei Jepang yang harganya lebih murah bukan menjadi pilihan para peserta dalam acara tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya hidup pengguna velg Enkei Racing Jepang, proses keputusan pembelian velg Enkei Racing Jepang, dan pengaruh gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian velg Enkei Racing Jepang.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 pengguna Velg Enkei Racing Jepang di Indonesia dengan teknik pengumpulan data yaitu Kuesioner, Observasi, dan Studi Pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *activities* berada pada posisi angka dengan kategori sangat baik, variabel *interest* berada pada posisi angka dengan kategori baik, variabel *opinion* berada pada posisi angka dengan kategori sangat baik, dan variabel proses keputusan pembelian dengan kategori sangat baik.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Proses Keputusan Pembelian, Velg Enkei