

ABSTRAK

Perilaku konsumen adalah studi tentang individu, kelompok organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan membuat produk, jasa, pengalaman, atau ide dimana proses ini memiliki dampak terhadap konsumen dan di lingkungan (masyarakat). Penelitian dengan judul “ Perilaku Belanja Konsumen Pada Penggemar Sepeda *Downhill* Dalam Pemilihan *Sparepart* SRAM Kota Bandung” bertujuan untuk mengetahui apa saja yang mendorong konsumen penggemar sepeda *downhill* dalam pemilihan *sparepart*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam kepada tiga orang informan kunci. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa yang mendorong konsumen dalam membeli *sparepart* adalah dari faktor eksternal yaitu kelas sosial dan kelompok acuan, sementara faktor internalnya adalah pembelajaran, motif, kepribadian dan sikap serta konsep diri, gaya hidup dan keputusan pembelian turut menjadi faktor yang mendorong konsumen dalam pemilihan *sparepart*.

Keyword : Perilaku Konsumen, Sepeda *downhill*, *Sparepart* SRAM.