

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk pada masa pandemi yang berlangsung saat ini, dimana dalam mengambil keputusan pembelian perilaku konsumen juga mengambil peranan penting. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis pendekatan hubungan deskriptif. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan melakukan perhitungan menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah responden sebanyak 142 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model - Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen (X) memberikan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dimana nilai *p-values* dari kedua variabel  $< 0,05$ .

Kesimpulan pada penelitian ini perilaku konsumen memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *customer* Auto 2000 Rancaekek. Dengan perilaku yang cukup variatif dalam melakukan suatu pembelian, dan memiliki pemahaman yang baik dalam menimbang faktor-faktor yang berpengaruh sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian diharapkan penelitian ini dapat menjawab terhadap kegunaan teoritis terkait perilaku konsumen, serta kegunaan praktis khususnya bagi pemilik bisnis yang menjalankan bisnisnya dengan memahami sikap dan minat konsumen dalam membeli produk.

**Kata Kunci** : perilaku konsumen, keputusan pembelian