

ABSTRAK

Industri otomotif kendaraan roda empat di Bandung dan Jawa Barat pada 2019 mengalami penurunan penjualan sekitar 9% dibandingkan dengan tahun lalu. Pangsa pasar Daihatsu pada bulan Mei berkontribusi sekitar 18,6%. Pada penjualan ritel Daihatsu masih didominasi oleh Sigra dengan torehan 6.163 unit (35%), diikuti oleh Ayla 2.540 unit (15%), dan Xenia 2.533 unit (14%). Lalu disusul line-up lainnya seperti Gran Max Pick up (PU) sebesar 2.512 unit (14%), dan Terios 1.846 unit (11%)

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai mobil Daihatsu Xenia, untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian Daihatsu Xenia menurut persepsi konsumen, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian Daihatsu Xenia di Kota Bandung Tahun 2019.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kausal dengan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode pengumpulan data melalui kuisisioner mengambil populasi Kota Bandung dengan sampel 100 responden konsumen Mobil Daihatsu Xenia.

Hasil dan pembahasan diketahui persepsi konsumen mendapatkan nilai sebesar 75,06% dan proses keputusan pembelian mendapatkan nilai sebesar 76,05% kedua variabel tersebut berada pada kategori baik/tinggi. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel persepsi konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian.

Kata kunci : Persepsi Konsumen dan Proses Keputusan Pembelian.