ABSTRAK

"Pengaruh *Personal Selling* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Honda Jazz Di CV. Honda Pasteur Bandung"

Penelitian ini dilakukan pada CV. Honda Pasteur Bandung. Fenomena yang terjadi adalah jumlah keputusan pembelian konsumen pada Honda Jazz di CV. Honda Pasteur bandung. Sedangkan keputusan pembelian Honda Jazz pada skala nasional mengalami peningkatan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan verifikatif dengan pendekata kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah *personal selling*, citra merek, dan keputusan pembelian konsumen pada mobil Honda Jazz di CV. Honda Pasteur. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen yang telah membeli mobil Honda Jazz di CV. Honda Pasteur dalam setahun, sebanyak 70 orang dipilih sebagai sampel penelitian. Untuk pengujian statistik menggunakan bantuan program *SPSS 13.0 for windows*.

Hasil yang diperoleh dari perhitungan Koefisien determinasi (KD) diketahui bahwa *personal selling* dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 63,7%, dan sisanya adalah 36,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar dari faktor yang diteliti penulis yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Kata kunci : *Personal Selling*, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian Konsumen