ABSTRAK

Adanya persaingan antar perusahaan sepeda motor dalam meningkatkan *volume* penjualan pada setiap periode membuat pasar tidak lagi menjalankan peran sebagai *seller's market* tetapi lebih sebagai *buyer's market* yang lebih mengutamakan selera konsumen. Fenomena tersebut dipandang Kotler dan Keller sebagai perilaku pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh psikologi konsumen dan karakteristik konsumen dalam keputusan pembeliannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor psikologi dan karakteristik konsumen terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor skutic Suzuki Let's di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan oleh tingkat penjualan sepeda motor skutic matic Suzuki yang rendah walaupun telah memiliki varian baru Suzuki Let's dalam varian produknya. Hasil dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel psikologi konsumen berpengaruh secara signifikan (t-statistik 3,317 > 1,96 t-tabel dan Sig.statistik 0,001 < 0,05 Sig.taraf) dan positif (nilai *original sample* 0,299) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Let's di Yogyakarta. Begitu juga dengan variabel karakteristik konsumen berpengaruh secara signifikan (t-statistik 4,864 > 1,96 t-tabel dan Sig.statistik 0,000< 0,05 Sig.taraf) dan positif (nilai *original sample* 0,474) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Let's di Yogyakarta.

Kata kunci: Psikologi, Karakteristik dan Keputusan pembeliaan konsumen.