

## ABSTRAK

Persaingan pasar yang semakin ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi usaha suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar. Perusahaan dituntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya dengan menawarkan atau menjual produk yang berkualitas disertai pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Melihat perkembangan industri pasar roda dua di Indonesia yang setiap tahunnya meningkat, menjadikan pasar yang menggiurkan untuk industri helm sepeda motor. Meningkatnya permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap helm membuat RSV helm berlomba memenuhi permintaan konsumen, hal ini dikarenakan banyak perusahaan yang tidak ingin melewatkan kesempatan emas untuk mengambil keuntungan yang bisa dibilang tidak sedikit, Dalam persaingan yang semakin ketat menuntut RSV helmet perlu melakukan analisis bisnis secara keseluruhan agar tercipta minat yang kuat di benak konsumen, dari segi citra merek dan harga produk, hal ini dikarenakan kompetitor – kompetitor industri helm semakin banyak yang bermunculan dan agar dapat bersaing menghadapi kompetitor – kompetitor yang baru. Pada penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada RSV Helmet. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis *purposive sampling*. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan pengguna dan konsumen dari RSV Helmet, dan analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Harga di RSV Helmet memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Harga Produk, Keputusan Pembelian