

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan



**Gambar 1.1 Logo RSV Helmet**

*Sumber:* RSVhelmets.co.id

RSV helmet adalah usaha yang bergerak di bidang industri helm khusus pengendara bermotor roda dua. Sebuah brand lokal asal Bandung, Jawa Barat yang lahir pada tahun 2013 sampai saat ini RSV helmet terus berupaya mengembangkan produknya dengan standar kualitas yang tinggi dengan harga yang bisa mencakup semua kalangan. Selain itu RSV Helmet telah melakukan proses pengujian produk yang merupakan standar keselamatan di helm yaitu *department of transportation* (DOT) serta telah mendapatkan sertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI).

RSV sudah memproduksi puluhan ribu helm berbagai tipe. Ada 9 tipe helm dan juga ratusan varian yang diproduksi serta dijual ke keluar negeri. Helm RSV umumnya menggunakan bahan ABS (*Akronitril Butadiena Stiren*) yang dapat membuat pengendara merasa nyaman dalam menggunakan helm. RSV pun selalu memberikan kualitas dengan desain setiap modelnya yang terlihat elegan dan modern sehingga lebih *stylish* bagi penggunanya.

#### 1.1.2 Produk RSV Helmet

RSV Helmet menghadirkan helm dengan desain yang memiliki *airflow system*, *adjustment vent*, tali pengaman dengan fitur *quick release* dan *backup ratchet* serta

pet dan visor yang dapat dilepas sesuai dengan kebutuhan pengendara. RSV Helmet saat ini memiliki beberapa kategori untuk varian produk, diantaranya adalah: Super Color, Windtail, FFZero, FF300 dan FF500.

### 1. RSV Helmet Super Color

Tersedia dalam dua varian yaitu Bundling Super Color Goggle Mask dengan berbagai pilihan warna yang ditawarkan dengan harga Rp.300.000,- dan Super Color dengan berbagai pilihan warna yang ditawarkan dengan harga Rp.475.000,-.



**Gambar 1.2 RSV Helmet Super Color**

*Sumber:* [RSVhelmets.co.id/super-color](http://RSVhelmets.co.id/super-color)

### 2. RSV Helmet Windtail

Tersedia dalam dua varian yaitu Windtail Carbon Smoke dan Windtail Carbon Clear dengan harga Rp.325.000,-



**Gambar 1.3 RSV Helmet Windtail**

*Sumber:* [RSVhelmets.co.id/windtail](http://RSVhelmets.co.id/windtail)

### 3. RSV Helmet FFZero

Tersedia dalam beberapa varian yaitu FFZero line dengan berbagai pilihan warna yang ditawarkan dengan harga Rp.550.000,- dan FFZero Carbon dengan harga Rp.700.000,-.



**Gambar 1.4 RSV Helmet FFZero**

*Sumber:* [RSVhelmets.co.id/ffzero](http://RSVhelmets.co.id/ffzero)

### 4. RSV Helmet FF300

Tersedia dalam beberapa varian yaitu FF300 dengan berbagai pilihan warna yang ditawarkan dengan harga Rp.550.000,- dan FF300 flag dengan harga Rp.700.000,-.



**Gambar 1.5 RSV Helmet FF300**

*Sumber:* [RSVhelmets.co.id/ff300](http://RSVhelmets.co.id/ff300)

## 5. RSV Helmet FF500

Tersedia dalam beberapa varian yaitu FF500 dengan berbagai pilihan warna yang ditawarkan dengan harga Rp.650.000,- dan FF500 Carbon dengan harga Rp.800.000,-.



**Gambar 1.6 RSV Helmet FF500**

*Sumber:* [RSVhelmets.co.id/ff500](http://RSVhelmets.co.id/ff500)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

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. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai dengan sempurna. Perusahaan yang melakukan hal tersebut, akan berkesempatan mendapatkan keuntungan yang lebih bila dibandingkan dengan pesaing. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya, sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih pintar dan selektif dalam menghadapi sekian banyak produk baru yang bermunculan.

Sepeda motor sebagai salah satu industri otomotif yang ada di Indonesia pertumbuhannya sangat cepat dalam kurun waktu tujuh tahun pasca krisis moneter tahun 1998, populasi sepeda motor di Indonesia telah melebihi 25 juta unit. Sepeda motor merupakan alat transportasi primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Melihat perkembangan industri pasar roda dua di Indonesia yang setiap tahunnya meningkat, menjadikan pasar yang menggiurkan untuk industri helm sepeda motor. Perkembangan jumlah kendaraan bermotor yang setiap tahunnya meningkat membuat besarnya potensi dalam industri helm sepeda motor. Berikut adalah jumlah pengguna sepeda motor di Indonesia pada tahun 2016 – 2018.

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan Bermotor (Unit)		
	2018	2017	2016
Mobil Penumpang	16 440 987,00	15 423 968,00	14 580 666,00
Mobil Bis	2 538 182,00	2 509 258,00	2 486 898,00
Mobil Barang	7 778 544,00	7 289 910,00	7 063 433,00
Sepeda motor	120 101 047,00	111 988 683,00	105 150 082,00
Jumlah	146 858 759,00	137 211 818,00	129 281 079,00

Sumber:  
Korps Lalu Lintas Kepolisian Republik Indonesia (Korlantas Polri)

**Gambar 1.7 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor**

*Sumber:* <https://www.bps.go.id/>

Pada gambar 1.7 diperoleh data bahwa pengguna sepeda motor di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Pada tahun 2018 pengguna sepeda motor mencapai 120 juta dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2017 yaitu 111 juta, peningkatan pengguna sepeda dari tahun 2016 sampai dengan 2018 merupakan peningkatan terbesar selama 5 tahun terakhir dan peningkatan jumlah sepeda motor di Indonesia diprediksi akan terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun yang akan datang.

Menurut *Chief Engineer Departement 1 Honda R&d Strategi Division*, Masathosi Fukamachi mengatakan, perkembangan sepeda motor di negara berkembang dimulai sejak 2008. Menurutnya, hingga 2020, penggunaan sepeda motor di negara berkembang akan terus meningkat hingga mencapai- 66 juta atau naik 10 juta unit dari angka jumlah sepeda motor pada 2014 yang berjumlah 56 juta (*sumber:*<https://otomotif.okezone.com>). Perkiraan perluasan sepeda motor itu berdasarkan dokumen persentase internasional. *Scooter* dan *large cycle* menjadi

jenis sepeda motor yang diminati ujar Masatoshi Fukamachi di Kantor pusat Honda R&D Corporate, Asaka, Jepang, seperti dikutip dari Sindonews.com.

Peningkatan penjualan sepeda motor yang sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu dengan kemudahan para penggunanya untuk melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya berpengaruh positif juga untuk penjualan helm dengan adanya kewajiban penggunaan helm bagi pengendara sepeda motor di Indonesia yang memiliki fungsi untuk melindungi kepala bila terjadi kecelakaan lalu-lintas ditetapkan secara resmi di dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992 dan Kewajiban menggunakan helm standar nasional Indonesia bagi pengendara sepeda motor diatur dalam Pasal 57 ayat (1) dan ayat (2) UU No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (“UU No. 22/2009”), membuat permintaan masyarakat terhadap produk helm pun meningkat.

Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman. Biasanya helm semacam ini lulus persyaratan Departement of Transportation (DOT) atau standar transportasi Amerika Serikat. Ada juga standar-standar lain seperti untuk Eropa, Jepang, bahkan Indonesia sendiri harus memiliki label Standar Nasional Indonesia (SNI). Helm yang aman adalah helm yang terbuat dari lapisan cangkang luar yang membungkus seluruh kepala dan menyisakan cukup ruang untuk melihat kedepan. Masyarakat sering menyebutnya helm *full face*. Ada juga helm *half face*, yaitu helm yang membungkus semua bagian kepala akan tetapi menyisakan bagian muka dengan penglihatan yang luas. Kedua jenis helm haruslah cukup ringan dan memungkinkan melihat dengan jelas, baik kala siang dan malam ataupun pada saat turun hujan.

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih sebuah produk, misalnya merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan produk tersebut. Ada pula konsumen yang membeli barang berdasarkan kebutuhan akan suatu barang dan tidak sedikit konsumen yang membeli suatu produk secara spontanitas, dengan demikian konsumen membeli produk tersebut tanpa ada rencana untuk membeli sebelumnya atau tanpa adanya pertimbangan-pertimbangan khusus ketika memutuskan untuk membeli.

Konsumen yang saat ini juga sangat kritis dalam memilih suatu produk, sampai pada keputusan untuk membeli produk tersebut. Seperti diketahui bersama bahwa tawaran produk saat ini sangatlah beragam dan banyak, tidak terkecuali untuk iklan produk sepatu mengalami perkembangan yang sangat pesat. Alternatif pilihan yang semakin banyak memudahkan konsumen untuk menentukan pilihan sesuai dengan selera dan kemampuan ekonominya. Karenanya, dengan menjaga mutu dan model, produsen dapat memikat dan membuat konsumen tersebut membeli dan loyal terhadap produk tersebut.

Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya

Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai, dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas, tetapi juga sebagai indikator biaya yang dikeluarkan untuk ditukar dengan model produk atau manfaat produk. Karenanya, melihat sejauh mana merek yang disandingkan dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap citra merek dari produk tersebut. Kondisi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk secara terus menerus memperkuat citra mereknya agar dapat meraih posisi tertinggi di hati konsumen. Berbagai macam strategi pemasaran telah dilakukan oleh perusahaan guna memperkuat citra mereknya di benak konsumen, seperti terus-menerus menciptakan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif, menjaga kualitas dan manfaat produk, membuka gerai-gerai baru dengan tujuan agar dapat lebih dekat dengan konsumen, serta merenovasi gerai-gerai lama untuk memberikan tampilan baru yang lebih segar dan modern.

Sekarang ini banyak sekali terdapat merk-merk helm yang ditawarkan kepada konsumen seperti Arai, Shoe, Nolan, dan merk helm AGV yang memiliki

persyaratan DOT tetapi belum memenuhi standar SNI di Indonesia. Helm yang sudah memenuhi standar SNI seperti GM, NHK, RSV, INK, KYT dan sebagainya. Di mana masing-masing merk helm tersebut berusaha untuk membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan merk lain, maka kegiatan pemasaran yang baik dan yang tepat yang memegang peranan yang penting dalam menunjang kelangsungan usaha dan perkembangan suatu perusahaan.

Penempatan citra merek dibenak konsumen harus dilakukan secara terus-menerus agar citra merek yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat dan positif di benak konsumen maka merek tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan konsumen untuk membeli merek yang bersangkutan sangat besar. Jika suatu merek memiliki citra (image) yang buruk pada konsumen, kemungkinan besar konsumen tidak tertarik membeli atau menggunakan merek tersebut.

Dengan banyaknya perusahaan helm, maka banyaknya produk helm yang berada di pasaran, hal itu membuat konsumen dihadapkan pada kebingungan dalam memilih produk karena banyaknya pilihan produk yang ada dipasaran. Beberapa perusahaan memberikan produk dengan harga murah dengan anggapan bahwa beberapa konsumen hanya mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian. Namun anggapan tersebut tidak sepenuhnya benar, di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mampu membuat suatu keunikan pada produk yang dibuatnya. Beberapa produk yang serupa dengan merek, dapat memiliki nilai yang berbeda juga, karena perbedaan persepsi yang ada dibenak pelanggan. Maka dari itu perusahaan harus pintar dalam membangun suatu citra, dalam artian bagaimana suatu perusahaan dapat menarik konsumen dan dibenak konsumen perusahaan tersebut memiliki citra yang positif atau citra yang baik.

Setiap merek membutuhkan *marketing public relations* untuk melakukan promosinya sehingga dapat membangun citra yang diinginkan. Hal ini dibuktikan dengan masuknya beberapa merk helm dalam survei yang dilakukan oleh *Top Brand Award*. *Top Brand Award* adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang tergolong sebagai merk top. Survei ini dilakukan di beberapa

kota besar di Indonesia dengan total responden sebanyak 3000 orang (topbrand-award.com).

HELM		
BRAND	TBI 2020	
KYT	25.9%	TOP
INK	18.7%	TOP
GM	7.5%	
BMC	6.4%	
NHK	4.8%	

**Gambar 1.8 Top brand award helm tahun 2020**

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Pada gambar 1.8 terlihat bahwa KYT dan INK helmet memimpin dalam *top brand award* helm di Indonesia. Citra Merek yang memiliki peranan penting dalam perkembangan merek, karena menyangkut reputasi dan kepercayaan merek menjadi pedoman bagi konsumen untuk mencoba dan menggunakan suatu produk barang atau jasa. Menurut Tjiptono (2005:49) Citra Merek adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam oleh konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen. Citra Merek mempresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu.

Menurut Aaker dan David (2002:45) Citra Merek terdiri dari dua faktor utama yaitu faktor fisik merupakan karakteristik fisik dari merek tersebut, seperti desain, kemasan, logo, nama merek, fungsi, dan kegunaan produk dari merek itu. Faktor psikologis, dibentuk oleh emosi, kepercayaan, nilai dan kepribadian yang dianggap oleh konsumen dapat menggambarkan produk dari merek tersebut. Ketika konsumen menggunakan merek maka citra merek tersebut akan terbawa.

RSV helmet yang belum masuk kedalam *top brand award* membuat RSV helmet harus mampu menganalisa tentang apa yang menjadi kebutuhan serta harapan konsumen saat ini dan yang akan datang, sebab hasil *top brand award* dapat dijadikan rujukan apakah suatu produk yang beredar di pasar memiliki reputasi pemasaran dan penjualan yang baik, hal ini dikarenakan konsumen dalam membeli suatu barang pasti akan membandingkan produk satu dengan produk

lainnya sampai kepada tahap dimana konsumen berada pada tahap keputusan pembelian produk tersebut.

RSV helm yang merupakan sebuah *brand* lokal helm asal Bandung, Jawa Barat yang terus berupaya mengembangkan produknya dengan standar kualitas yang tinggi dan desain yang mewah dengan harga yang bisa mencakup semua kalangan. 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 hal ini menurut Wasesa & Macnamara (2010) merek maupun produk berhubungan langsung dengan konsumen sehingga diwajibkan untuk beradaptasi lebih sering dengan mengikuti selera konsumen, dengan itu perusahaan juga harus dapat menumbuhkan atau mendapatkan kepercayaan dari konsumen terhadap mereknya karena memposisikan produk kepada konsumen menjadi salah satu hal yang penting untuk mengarahkan, mengunggah dan mendorong konsumen pada keputusannya yang tertuju pada pembelian produk yang dipasarkan. Adapun data pendapatan dari RSV helmet *store* Cikutra Kota Bandung pada tahun 2019 sebagai berikut.

Tabel 1.1

Data Pendapatan RSV Helmet Store Cikutra Kota Bandung

No	Bulan	Total Pendapatan
1	April	89,955,000
2	Mei	59,510,000
3	Juni	72,840,000
4	July	64,565,000
5	Agustus	53,545,000
6	September	45,850,000
7	Oktober	43,050,000
8	November	62,950,000
9	Desember	53,590,000

Sumber: Data Penjualan RSV 2019 yang Diolah kembali oleh penulis

Pada tabel 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa pendapatan produk helm RSV helmet cenderung fluktuatif disetiap bulannya, yang dimana penjualan dari RSV helmet mengalami pasang surut dalam penjualannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan *Owner* dari RSV helmet ada beberapa penyebab terjadinya pasang surut penjualan pada setiap bulannya yaitu dikarenakan RSV belum dapat meningkatkan *awareness*-nya di Indonesia selain itu RSV menjual produknya relatif cukup mahal dan pada bulan tertentu yang terdapat diskon maka penjualan dari RSV naik sangat signifikan, selain itu juga kompentitor berbagai *brand* produk helm yang menggunakan berbagai teknologi terkini dengan harga yang sangat terjangkau agar mendapatkan perhatian bagi para calon konsumen membuat persaingan penjualan helm semakin ketat.

Bagi pembeli dengan merek yang dapat menciptakan mutu dan memberi perhatian terhadap produk-produk baru, mungkin akan bermanfaat bagi mereka. Sedangkan bagi penjual, dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah membedakan karakteristik dari masing-masing produk. Para pencipta atau produsen akan sangat tertarik terhadap keputusan yang dianut oleh seseorang tentang produk dan jasa mereka. Dengan keputusan konsumen tersebut dapat dipengaruhi oleh keputusan orang terhadap merek tertentu. Selanjutnya keputusan ini dapat membentuk citra merek, produk dan juga orang yang berbuat sesuai keputusannya.

Selain dilihat dari citra merek, konsumen dalam menentukan keputusannya melihat dari harga produk tersebut yang dapat memberikan kepuasan atau tidak bagi konsumen. Keterlibatan variabel harga dalam proses pembelian merupakan sebuah sifat alamiah seorang konsumen dalam memutuskan suatu pembelian. Prinsip ekonomi konsumen berlaku, seorang konsumen cenderung memilih produk atau jasa yang harganya sesuai dengan daya beli konsumen itu sendiri, harga yang sebanding dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan. Tinggi rendahnya harga suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, strategi

penetapan harga sangat berpengaruh penting terhadap penjualan maupun pemasaran untuk suatu produk yang ditawarkan, oleh karena itu harga perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan, karena dapat mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang dicapai oleh perusahaan.

Berikut data perbandingan harga yang ditawarkan RSV Helmet dengan helmet lainnya yang serupa.

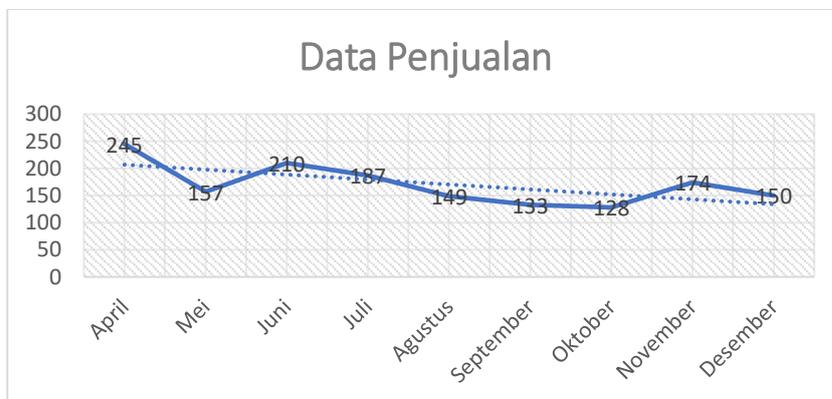
Tabel 1.2  
Perbandingan Harga RSV Helm Dengan Pesaing

No.	Nama Helm	Harga
1.	RSV	Rp.300.000,-
2.	KYT	Rp.255.000,-
3.	INK	Rp.135.000,-
4.	GM	Rp.155.000,-
5.	BMC	Rp.158.000,-

*Sumber: yang telah diolah oleh penulis*

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat harga RSV helm dengan helm lainnya yang memiliki harga yang cukup mahal jika dibandingkan dengan helm pesaing yang relatif lebih murah. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan RSV helm tidak sesuai dengan harapan konsumen dan bisa menjadi faktor penjualan mengalami penurunan.

Adapun grafik data penjualan dari RSV helmet *store* Cikutra Kota Bandung pada tahun 2019 sebagai berikut.



**Gambar 1.9 Data Penjualan RSV Helmet Store Cikutra Kota Bandung**

*Sumber: Data Penjualan RSV 2019 yang Diolah kembali oleh penulis*

Pada gambar 1.9 diatas menunjukkan tren penurunan penjualan RSV helm yang terjadi pada bulan Mei, Agustus hingga Oktober yang mengalami penurunan sangat signifikan dikarenakan harga helm RSV yang tidak sesuai. Harga dalam kehidupan bisnis merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu barang atau jasa. Citra sebuah perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk membentuk citra tertentu (Tjiptono, 2015:282).

Penetapan harga menjadi krusial karena perusahaan harus memberikan harga yang membuat konsumen ingin melakukan transaksi pembelian sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan. Konsumen akan mengumpulkan informasi dan membandingkan antara harga barang atau jasa yang ditetapkan perusahaan satu dengan perusahaan sejenis lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong, (2008:345) menyatakan bahwa penawaran harga yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan tidak adanya permintaan, akan tetapi bila harga terlalu rendah maka, perusahaan tidak dapat menghasilkan keuntungan dan mengalami kerugian.

Pada penelitian ini peneliti memilih objek RSV helmet *store* Cikutra Kota Bandung, sebagai objek penelitian dan telah melakukan wawancara langsung dengan *Owner* dari RSV helmet, beliau mengatakan bahwa “RSV helmet selalu memberikan yang terbaik agar konsumen merasa yakin untuk memilih produk helm RSV. Akan tetapi masih ada pelanggan yang masih merasa harga yang ditawarkan RSV cenderung mahal bila dibandingkan dengan *brand* helm yang sudah ada. Dengan begitu masih banyak pertimbangan pelanggan dalam memilih produk helm RSV karena faktor citra merek dan juga harga produk.

Maka dari itu berdasarkan pemaparan latar belakang dan fenomena yang ada maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RSV HELM (STUDI KASUS PADA KONSUMEN RSV HELMET STORE CIKUTRA DI KOTA BANDUNG)”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini adalah RSV helmet perlu melakukan analisis bisnis secara keseluruhan agar tercipta minat yang kuat di benak konsumen, dari segi citra merek dan harga produk yang harus di perhatikan RSV, hal ini dikarenakan kompetitor – kompetitor industri helm semakin banyak yang bermunculan dan agar dapat bersaing menghadapi kompetitor – kompetitor yang baru. RSV helmet membutuhkan cara agar bisa membuat konsumen menjadi yakin untuk membeli produk – produk dari RSV. Dengan fenomena yang sudah dijelaskan bahwa citra merek dan harga produk pada penjualan RSV helmet *store* maka dirumuskan permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu pengaruh citra merek dan harga produk terhadap keputusan pembelian Produk RSV Helmet di *store* cikutra kota Bandung.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka berikut rumusan masalah yang dapat diambil:

1. Bagaimana pengaruh Citra Merek pada RSV helmet?
2. Bagaimana pengaruh Harga Produk pada RSV helmet *store* ?
3. Bagaimana pengaruh Keputusan Pembelian pada RSV helmet *store* ?
4. Seberapa besar pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada RSV helmet *store* ?
5. Seberapa besar pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian pada RSV helmet *store* ?
6. Seberapa besar pengaruh Citra Merek dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian pada RSV helmet *store* ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui bagaimana Citra Merek pada RSV helmet *store* Cikutra.
2. Untuk mengetahui bagaimana Harga Produk RSV helmet *store* Cikutra.

3. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian produk RSV helmet *store* Cikutra.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian RSV helmet *store* Cikutra.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga Produk terhadap keputusan pembelian RSV helmet *store* Cikutra.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Citra Merek dan Harga Produk terhadap keputusan pembelian RSV helmet *store* Cikutra.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan  
Untuk membantu informasi kepada Owner RSV helmet store mengenai pengaruh citra merek dan harga produk terhadap keputusan pembelian untuk di masa yang akan datang.
2. Bagi Penulis  
Dapat menerapkan teori yang telah diperoleh penulis dibangku kuliah dan bias menerapkan ilmu yang telah penulis terima serta tambahan informasi dan memperluas pengetahuan.
3. Bagi Pihak Akademis  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi bagi perpustakaan dan bagi penelitian-penelitian yang akan datang.

### **1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan.

**a. BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

**b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan mengenai teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variable dan skala pengukuran, tahapan penelitian dan sampel, teknik pengumpulan data, sumber data, uji validitas dan realibilitas, dan pengujian hipotesis.

**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan menjelaskan hasil dari penelitian serta pembahasan analisis terhadap hasil penelitian

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan berisikan kesimpulan dari jawaban pertanyaan penelitian dan saran yang peneliti berikan serta manfaat dari hasil penelitian yang dilakukan.