

**PENGARUH SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM
NHK
(STUDI PADA KONSUMEN DI ISTANA HELMET BANDUNG)**

Disusun oleh:

Anton Abdani Syakuro

A10140004

Pembimbing:

Deni Hamdani, SE.,M.Si

ABSTRAK

Helm NHK adalah helm yang diperuntukkan bagi pengendara motor dengan kualitas terbaik karya anak bangsa, helm NHK menjadi helm nasional yang berorientasi pada standar internasional sehingga helm NHK adalah pilihan tepat bagi para pengguna motor. Namun helm NHK masih kalah bersaing dengan kompetitornya. Konsumen lebih memilih produk helm lain dari pada NHK dilihat pada persentase NHK yang berada di posisi terendah dibandingkan produk lainnya. Masalah selanjutnya menunjukkan adanya penurunan persentase yang di dapat NHK, Hal ini ditunjukkan dengan data *Top Brand Index* helm di Indonesia dari tahun 2014-2017 dimana helm NHK jauh berada di bawah para pesaingnya. Faktor psikologis dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli atau tidak suatu produk atau jasa antara lain Sikap.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Helm NHK. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan *non probability sampling* dengan *purposive sampling* Data yang dikumpulkan dengan teknik kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan konsumen di Istana Helmet Bandung. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh atau hubungan antara Sikap terhadap Keputusan Pembelian Helm NHK menunjukkan bahwa variable sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tetapi variable sikap pengaruhnya rendah terhadap keputusan pembelian sebesar 10,9% sedangkan sisanya 80.1% mungkin di pengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak di amati dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Sikap, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE ATTITUDE TOWARD THE DECISION OF
PURCHASING NHK HELMET (STUDY ON CONSUMER AT ISTANA
HELMET BANDUNG)**

Written by:

Anton Abdani Syakuro

A10140004

Preceptor:

Deni Hamdani, SE.,M.Si

ABSTRACT

NHK helmets are helmets intended for the best quality motorcycle riders of the nation, NHK helmets become national helmets capable of international standards NHK garments are the right choice for motorcycle users. But NHK's helmets are still unable to compete with its competitors. Consumers are better than NHK who are in the lowest position compared to other products. The next problem shows that there is a decrease that can be in NHK. This is indicated by the data of Top Brand Index helmets in Indonesia from 2014-2017 where NHK helmets were far below its competitors. Psychological factors can influence consumers to buy or make other products or services Attitude.

Cycle Research on NHK Helmet Purchasing Decisions. The method used in this research is descriptive and verification method. The sampling technique used in this study is through a non-probability approach with purposive sampling. Data collected by questionnaire techniques. Respondents in this study issued 100 people who were consumers at the Bandung Helmet Palace. Data analysis using simple linear regression analysis.

The results of the study showed that the attitude towards the NHK Helm Representative Decision showed that the attitude variable had a significant effect on the purchase decision. But the variable attitude is very large influence on purchasing decisions by 10.9% while the remaining 80.1% may be influenced by other factors that were not present in this study.

Keywords: Attitude, Purchase Decision