

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari persepsi harga helm MDS terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Tara Kusuma Indah. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 karyawan dan karyawan PT Dynaplast Cibitung yang menggunakan helm MDS. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi harga helm MDS terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pada organisasi selain pabrik, dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata kunci: persepsi, harga, keputusan pembelian, dan loyalitas konsumen.