

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian helm KYT. Desain penelitian ini menggunakan gabungan antara penelitian *explanatory* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Objek penelitian ini adalah konsumen helm KYT dan pemilihan konsumen sebagai sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan analisa Regresi Linear Berganda menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) sehingga diperoleh sampel sebesar 416. Hasil penelitian ini adalah *brand ambassador*, citra merek dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *citra merek*. *Brand ambassador* dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hubungan antar dimensi yang paling kuat adalah hubungan *brand personality* dan pilihan merek. Semakin baik *brand personality* yang ditawarkan oleh perusahaan, maka tingkat keputusan memilih merek helm KYT meningkat.

**Kata kunci:** *brand ambassador*, citra merek, helm KYT, persepsi harga, keputusan pembelian



## ABSTRACT

This research aims to clarify the influence of brand ambassador, brand equity, and price perception on purchase decision of KYT helmet. The design of the study used is the combination of explanatory research using descriptive qualitative approach. The object of the study is consumer of KYT and selecting consumer as sample by using technique of purposive sampling with multilinear regression analysis using Statistical Product and Service Solution (SPSS) program and obtained 416 samples. The result of the study are brand ambassador, brand equity, and price perception have partially positive and significant influence on purchase decision. Brand ambassador influences positively and significantly toward brand equity. Brand ambassador and brand equity simultaneously have positive and significant influence on purchase decision. The strongest relationship between dimensions is the relationship of brand personality and brand choices. The better brand personality offered by the company, the higher level to choose brand of KYT helmet.

**Keywords:** brand ambassador, brand image, KYT helmet, price perception, purchase decision

