

## ABSTRAK

**Reza Ardianto, NIM. 3402180274. Pengaruh *Utility* Atribut dan Logo Produk terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar). Dibawah Bimbingan Dr, Apri Budianto, M.M. (Pembimbing I) dan Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *utility* atribut dan logo produk terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi (1) Bagaimana pengaruh *utility* atribut terhadap keputusan pembelian pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. (2) Bagaimana pengaruh logo produk terhadap keputusan pembelian pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. (3) Bagaimana pengaruh *utility* atribut dan logo produk terhadap keputusan pembelian pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) Besarnya pengaruh *utility* atribut terhadap keputusan pembelian pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. (2) Besarnya pengaruh logo produk terhadap keputusan pembelian pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. (3) Besarnya pengaruh *utility* atribut dan logo produk terhadap keputusan pembelian pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei explanatory. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, regresi linear berganda, uji hipotesis menggunakan uji t dan uji hipotesis secara simultan menggunakan uji F. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut : (1) *Utility* atribut pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar adalah sudah baik. Begitu pula berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif *utility* atribut terhadap keputusan pembelian konsumen Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. (2) Logo produk pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar adalah sudah baik. Begitu pula berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa maka terdapat pengaruh positif logo produk terhadap keputusan pembelian konsumen Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. (3) Keputusan pembelian pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar adalah sudah baik. Begitu pula berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif *utility* atribut dan logo produk terhadap keputusan pembelian pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. Diharapkan Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar meningkatkan kualitas *utility* atribut dan logo produk sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci : *Utility* Atribut, Logo Produk dan Keputusan Pembelian**