

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE
DI KOTA SINGARAJA**

Oleh

Kadek Widya Mersita, NIM 2117041182

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) citra merek terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kota Singaraja, (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kota Singaraja, (3) citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kota Singaraja. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Instrumen pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Adapun hasil penelitian ini adalah : (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kota Singaraja, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kota Singaraja. (3) citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kota Singaraja. Hasil dari temuan ini menyatakan bahwa pentingnya meningkatkan citra merek dan kualitas dari produk agar dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON
PURCHASING DECISIONS FOR TUPPERWARE PRODUCTS IN
SINGARAJA CITY***

By

Kadek Widya Mersita, NIM 2117041182

Management Department

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of (1) brand image on purchasing decisions for Tupperware products in Singaraja City, (2) product quality on purchasing decisions for Tupperware products in Singaraja City, (3) brand image and product quality on purchasing decisions for Tupperware products in Singaraja City. The design used in this research is causal quantitative. Determination of the sample in this study using purposive sampling. The number of samples used was 100 respondents. The data collection instrument used was a questionnaire using multiple linear regression analysis techniques. The results of this study are: (1) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for Tupperware products in Singaraja City, (2) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Tupperware products in Singaraja City. (3) brand image and product quality have a significant effect on purchasing decisions for Tupperware products in Singaraja City. The results of these findings state that it is important to improve the brand image and quality of the product in order to increase consumer decisions to buy these products.

Keywords: brand image, product quality, purchase decision