

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE  
(Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh:**

**Dela Dwi Setianingrum**

**Dosen Pembimbing**

**Wenda Wahyu C, SE., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel citra merek terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel Persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk Tupperware di kecamatan Jombang dengan batasan umur 16 tahun keatas analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien diterminasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik Citra merek Tupperware, maka akan mampu meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli Produk Tupperware di kecamatan Jombang, dan semakin baik Persepsi kualitas produk Tupperware, maka akan mampu meningkatkan keputusan pembelian Produk Tupperware di kecamatan Jombang dan Produk Tupperware sesuai untuk kebutuhan peralatan rumah tangga dan dikenal karena terbuat dari bahan plastik yang kuat, ramah lingkungan (*recycle*), memiliki warna yang khas, dan desainnya menarik. Selain itu Produk Tupperware dapat berfungsi dengan baik, sesuai dengan klaim produk yang disampaikan, dan dapat dengan mudah diperoleh melalui agen penjualan / website resmi Tupperware

***Kata Kunci:* citra merek, persepsi kualitas dan keputusan pembelian**