Hak Milik UPT. Perpustakaan
Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah variabel kualitas produk, desain produk dan citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Tupperware*. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian *explanatory*. Populasi dari penelitian ini adalah responden konsumen produk *Tupperware* di kota Pontianak. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden di kota Pontianak. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22.0. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas produk, desain produk, dan citra merek secara terpisah (parsial) dan bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Tupperware* di kota Pontianak, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai R^2 sebesar 46,6%, sedangkan sisanya sebesar 54,4% merupakan faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : kualitas produk, desain produk, citra merek,dan keputusan pembelian

Universitas Tanjungpura

Hak Milik UPT. Perpustakaan
Universitas Tanjungpura

ABSTRACT

This study aimed to analyze whether the variables of the quality of product, product design, and brand image have impact on the customer purchase decision toward product Tupperware. This study was designed as an explanatory study. Population of the study was customers of product Tupperware in Pontianak. The sampling technique used was purposive sampling, namely 100 respondents as the total number of samples in Pontianak city. The analysis technique used was multiple linear regression analysis using SPSS version 22.0. the result of data analysis showed that the quality of product, product design, and brand image, both partially and simultaneously, have positive and significant impact on customer purchase decision toward product Tupperware in Pontianak city with a significance value of 0.000 and R^2 value of 46.6% while the remaining 54.4% are the other factors which were not investigated in this study.

Keywords: quality of product, product design, brand image, and purchase decision

Universitas Tanjungpura