

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN  
TUPPERWARE DI SLEMAN**

**JASMINE RAFIDA ARMANTO**  
**141160234**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
yessyrafida@gmail.com

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Tupperware di Sleman. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh langsung terhadap konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah positif signifikan baik secara bersama-sama maupun secara parsial.

*Kata kunci : Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk*