

## ABSTRAK

### **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK TUPPERWARE DI KOTA YOGYAKARTA**

Monica Trisya Agustina  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara simultan citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli ulang, 2) Pengaruh secara parsial citra merek terhadap minat beli ulang, 3) Pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap minat beli ulang 4) Pengaruh secara parsial harga terhadap minat beli ulang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Accidental sampling* dengan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner ke 100 responden yang memenuhi kriteria yaitu pernah melakukan pembelian produk Tupperware minimal sebanyak 1 kali. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Uji F dan Uji t dengan menggunakan aplikasi *SPSS 26.0 for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang, 2) citra merek secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, 3) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, 4) harga secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Minat Beli Ulang.

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND  
PRICE ON THE REPURCHASE INTENTION OF TUPPERWARE  
PRODUCTS IN YOGYAKARTA**

Monica Trisya Agustina  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2022

*This research aims to determine: 1) The simultaneous influence of brand image, product quality, and price on repurchase intention, 2) Partial influence of brand image on repurchase intention, 3) Partial effect of product quality on repurchase intention, 4) The effect of partially the price to repurchase intention. The sampling technique in this study used incidental sampling with data obtained from distributing questionnaires to 100 respondents who met the criteria, namely having purchased a Tupperware product at least once time. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis, F test and t test using SPSS 26.0 for windows. The results of this study indicate that: 1) brand image, product quality, and price simultaneously have a positive effect on repurchase intention, 2) partial brand image has a positive effect on repurchase intention, 3) product quality partially has a positive effect on repurchase intention, 4) price partially does not have a positive effect on repurchase intention.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, and Repurchase Intention.*

