PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI PRODUK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN TUPPERWARE DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE (STUDI KASUS PADA GEN-Z DI BANDUNG)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Dari Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun Oleh
Nabila Salsabila
1501213110

PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025