

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TUPPERWARE DI SLEMAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>11</b>
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>32</b>
<b>C. Pengaruh Antar Variabel.....</b>	<b>34</b>
<b>D. Kerangka Berfikir.....</b>	<b>35</b>
<b>E. Hipotesis.....</b>	<b>36</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>38</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
<b>A. Rancangan Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>B. Populasi.....</b>	<b>38</b>
<b>C. Sampel dan Teknik Sampling .....</b>	<b>38</b>
<b>D. Jenis Data Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>E. Prosedur Pengambilan Data .....</b>	<b>40</b>
<b>F. Skala Pengukuran Variabel .....</b>	<b>41</b>
<b>G. Klasifikasi Variabel Penelitian .....</b>	<b>41</b>
<b>H. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>43</b>

<b>I. Uji Instrumen</b> .....	44
<b>J. Teknik Analisis Data</b> .....	47
<b>K. Uji Hipotesis</b> .....	50
BAB IV .....	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	52
<b>A. Analisis Deskriptif</b> .....	62
<b>B. Hasil Analisis Kuantitatif</b> .....	60
<b>C. Hasil Uji Hipotesis</b> .....	62
<b>D. Pembahasan</b> .....	63
BAB V .....	68
KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
<b>A. Kesimpulan</b> .....	68
<b>B. Saran</b> .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN.....	72