

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Hasil Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Bauran Pemasaran	16
2.1.3 Produk	18

2.1.4 Lini Produk	21
2.1.5 Merek	25
2.1.6 Perluasan Lini Produk	27
2.1.7 Citra Merek	30
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	34
2.1.9 Pengaruh Perluasan Lini Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
2.2 Kerangka Pemikiran	46
2.3 Hipotesis	52
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Objek Penelitian	53
3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian.....	54
3.2.1 Metode Penelitian.....	54
3.2.2 Desain Penelitian.....	55
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	56
3.4 Sumber Data, Alat Pengumpulan Data, dan Teknik Penarikan Sampel.....	60
3.4.1 Sumber Data.....	60
3.4.2 Alat Pengumpulan Data	62
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	63
3.5 Rancangan Analisis Data, dan Uji Hipotesis.....	66
3.5.1 Rancangan Analisis Data	66
3.5.2 Rancangan Uji Hipotesis.....	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Hasil Penelitian	76
4.1.1 Tinjauan Umum PT Softex Indonesia.....	76
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Mahasiswi Pengguna Softex di FPEB UPI Angkatan 2006 – 2008	82
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti.....	94
4.2 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	135
4.2.1 Pengujian Hipotesis.....	135
4.2.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	143
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	151
5.1 Kesimpulan	151
5.2 Saran	155
DAFTAR PUSTAKA	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix